

104 年第 5 期(10 月號)

文化

雙月報

產業 訊息及趨勢分析

國內外

發行 / 文化部

24219 新北市新莊區中平路 39 號南棟 3 樓

電話 02-8512-6000

網址 <http://www.moc.gov.tw/>

編撰 / 財團法人臺灣經濟研究院

10461 台北市德惠街 6-8 號 7 樓

電話 02-2586-5000

網址 <http://publication.tier.org.tw/>

(雙月報係受託機構之觀點，不應引申為文化部之意見)



本期目錄

第壹部分、文創次產業國內外市場動態之專題分析	7
一、美國未來博物館中心 2015 年報告：影響博物館經營的六大趨勢	7
二、2014 年韓國電影消費行為趨勢分析	10
三、英國表演藝術市場發展概況	15
第貳部分、市場觀點	19
一、【文化展演設施】解讀新興複合展演空間崛起浪潮的新現象：專訪 Art aNew 陳小虎負責人	19
二、【電影】臺灣電影產業完工保險之初探：專訪阿榮影業林添貴董事長及香港 MPIA 楊忠賢經理	21
三、【表演藝術】傳統表演藝術文化場與外台戲之連結：專訪一心戲劇團 孫富勳執行長	22
第參部分、專家論壇	25
文創產業與我國資本市場 / 證券櫃檯買賣中心新創發展部 林家生經理	25
第肆部分、國家專題	32
東京五輪的文化政策	32
第伍部分、重要國家文化產業情勢動態	38
一、日本	38
二、韓國	40
三、中國大陸	43
四、英國	58
五、美國	61
六、新加坡	63

表目錄

表 1-1 韓國民眾觀賞電影的媒介及時段.....	10
表 1-2 韓國民眾觀賞電影之媒介的頻率(依年齡層分).....	12
表 3-1 文化創意產業上(興)櫃家數.....	28
表 3-2 近三年度於櫃買市場初次上櫃掛牌募資金額彙總.....	29
表 3-3 2015 年 1~9 月 上櫃文創類股透過櫃買市場募資統計表.....	29
表 3-4 特色文創企業興櫃掛牌後合併營收成長情形.....	29
表 3-5 上櫃文創企業 2014 年度合併營收成長率前 10 名.....	30
表 5-1 日本文化產業情勢動態(08/21-10/20).....	39
表 5-2 韓國文化產業情勢動態(08/21~10/20).....	41
表 5-3 中國大陸文化產業情勢動態(08/21~10/20).....	44
表 5-4 英國文化產業情勢動態(08/21~10/20).....	59
表 5-5 美國文化產業情勢動態(08/21~10/20).....	62
表 5-6 新加坡文化產業情勢動態(08/21~10/20).....	64

圖目錄

圖 1-1 韓國民眾透過網路裝置觀看電影之情形	10
圖 1-2 韓國民眾透過網路裝置觀看電影之類型	12
圖 1-3 韓國民眾觀看藝術/獨立電影之媒介管道	12
圖 1-4 韓國民眾透過網路裝置觀看電影之類型(依年齡層分).....	13
圖 1-5 韓國民眾透過網路裝置觀看電影之類型(依年齡層分).....	14
圖 1-6 韓國民眾觀賞電影的考慮因素	15
圖 1-7 2013 年英國表演藝術類型之票房表現比重	16
圖 1-8 2014 年英國表演藝術類型之票房表現比重	17
圖 4-1 擴大奧林匹克大會視野之構築圖	33
圖 4-2 奧林匹克運動會-文化計畫基本構想時程表.....	36

編製說明

面對國內外經濟情勢之瞬息萬變，及強化文化部國家總體文化政策規劃之能量，有必要就國內及主要國家文化與產業發展動態，進行系統且持續性之掌握及研究分析。國內外文化產業訊息及趨勢分析雙月報的定位為「文化產業脈動之訊息交流平台」。雙月報的目標是欲藉由系統性彙整國內外文化產業訊息與情勢、國際政策動態、國際文化產業現況訊息等內容分析，以提供國內關心文化產業發展之政府部門、社會團體、從業人士、研究人員、一般民眾作為參考，以協助各界掌握文化產業之脈動與趨勢發展。

雙月報對文化產業的行業範圍僅包括文化部權責相關的八項細產業為編制對象，即視覺藝術產業、音樂及表演藝術產業、文化資產應用及展演設施產業、工藝產業、電影產業、廣播電視產業、出版產業、流行音樂與文化內容產業。

雙月報的固定內容包含五大部分，包括文創次產業國內外市場動態之專題分析、市場觀點、專家論壇、國家專題、重要國家文化產業情勢動態。另外，2 月及 8 月號將包括特別專題，針對國內文創產業總體發展進行半年回顧。資料來源部分，以政府部門公開資訊及統計數據、各國公開發佈之政策文件、相關媒體報導之各國文化產業即時訊息等。

第壹部分、文創次產業國內外市場動態之專題分析

一、美國未來博物館中心 2015 年報告：影響博物館經營的六大趨勢

美國未來博物館中心(The Center for the Future of Museums)2015 年提出「趨勢觀察」報告(trends watch 2015)，針對美國社會經濟發展情況觀察，提出六大影響博物館經營的六大趨勢。

(一) 趨勢一：促成數據網絡(data pipeline) 建構的開放型經濟(open economy)

數位網路科技發達已使得美國在社會、經濟、政治等各個層面都興起一股開放文化運動(open culture movement) 風潮，包括網路的開放原始碼(open source) 及開放程式(open software)、開放政府(open government)。公部門的開放數據(open data) 加速了民眾參與及更加展現了公民權利，例如紐約州公民參與組織(New York State Civic Engagement Table) 將過去的投票歷史紀錄與公共住宅的數據合併起來，讓社區組織的各項工作推動變得更加積極及順暢。

而這股開放文化運動也開始影響博物館的經營，過去博物館代表民眾，蒐集、保存和研究了各項重要的文化資產，並且透過實體展示的方式，促進民眾參與及了解各項文化資產的意義；而在數位網路及開放文化運動的時代趨勢下，未來博物館應積極建立數位化基礎建設，將其典藏的文化資產及知識研究以開放數據的方式提供給社會大眾。在數據開放的環境下，得以讓博物館的文化資產的研究與推廣，不再是全部由博物館內專業人員來擔綱；過去博物館的運作是權威型模式，由博物館來決定展示內容，來決定民眾應該觀賞的視角，但是在開放數據的環境下，這種權威型運作模式將逐步被解構及顛覆，社會大眾未來將可越過博物館人員而直接接觸取得文化資產的原始數據，讓未來博物館內文化資產的研究及推廣由博物館內專業人員與社會群眾創新(crowd innovation) 共同擔綱。雖然這股趨勢將降低博物館之專業中介角色的重要性，而可能影響博物館的參觀收入及策展工作，但是開放數據也將可讓博物館更加掌握民眾對於博物館館藏的興趣，以及對於博物館工作的關注重點，甚至是民眾想以何種方式與博物館人員進行協力合作。

(二) 趨勢二：市場的社會道德反思

目前美國社會對於市場交易的看法不再只是價格性能(CP 值) 的思考，而越來越多思考每一筆消費背後可能帶來對環境及社會的影響。由於網路發達，消費者可輕易在網路上查到一項產品的生產過程及來源，同時可透過社群媒體使更多大眾了解到消費背後

的環境及社會影響性，而這股市場的社會道德反思的潮流也逐漸影響傳統的產品生產方式。

此一趨勢對於博物館經營的影響是，類似博物館的非營利組織並不能豁免於民眾的社會道德檢視。例如民眾對於動物權利、生態環境、外籍移民工作條件等等的重視，都將影響博物館的蒐藏工作（尤其是自然史博物館）及內部管理。

（三）趨勢三：個性化風潮

過去工業革命時代，透過了大量生產而形成了大量消費的經濟模式，小眾、個性化產品僅以高價方式提供給富有者階級；但是在科技革命的時代，個性化的產品生產及服務提供的成本變得更低，同時消費者也追求更為客製化、符合個人需求的產品及服務，因而形成個性化產品、個性化的內容製作、個性化的體驗服務等三種新型態的市場產品及服務；例如 DIY 及個性化產品的市場需求帶動了 3D 列印的崛起。

而這股趨勢對於博物館經營的影響是，民眾將越來越習慣公部門提供個性化的服務，同時這也將激發更多的創新創意服務，而這將影響博物館或圖書館傳統對於館藏品的管理模式，過去館藏品的管理是以領域別來進行分類而進行空間配置，但是在個性化服務的需求下，對於館藏品的分類管理及配置將越來越以受民眾歡迎程度及偏好來考量，例如打破小說和非小說的傳統分類原則，而將小說及非小說類作品混合置放以回應民眾使用的偏好性。同時，博物館也必須面對科技媒介所帶來的各種大量、複雜的服務需求訊息，因此美國博物館也開始建立顧客數據，以期未來能夠準確掌握民眾及贊助者的服務需求及偏好，並進而回饋至藏品管理及市場行銷等工作上。

（四）趨勢四：氣候變遷風險

美國社會除了石油公司、保險業、軍方之外，都已開始重視氣候變遷所帶來的衝擊和影響。連過去對氣候變遷影響評估持相對保持態度的聯合國政府間氣候變化專門委員會(Intergovernmental Panel on Climate Change)，也預測全球海平面至 21 世紀結束時將上升 3 英呎。而如果海平面上升 10 英呎，美國將失去 28,000 平方英哩的土地，該範圍土地上共居住了 1,230 萬人。美國許多州和城市都開始著手研擬因應氣候變遷的對策。

而博物館作為長期保存文化資產的空間和機構，博物館也應思考全球氣候變遷所可能帶來的各種影響，並且研擬相關對策。美國目前有 34.6% 的博物館及其相關機構位於距離海岸 100 公里以內的範圍，而成為潛在的氣候變遷受災者，因此當博物館在新建或遷移時，都應將氣候變遷的風險納入評估。同時，由於未來有遷移的需要，因此也將影響博物館的館藏及研究領域不再只能限縮於目前的所在地，而必須擴大至未來可能遷移之新址。另外，未來保險業在納入氣候變遷因子而調整其風險評估模型後，可能也會影響博物館的保費負擔及保險理賠標的及範圍。

(五) 趨勢五：穿戴式裝置崛起

根據 Pundits 機構指出，2014 年是穿戴式智慧裝置崛起的元年，目前內嵌在電腦、平板、手機的各種功能，未來都將透過穿戴式智慧裝置而與人體和服飾結合；穿戴式智慧裝置未來將可整合各種科技，包括社群媒體、通訊科技、數據分析等功能。

對於博物館而言，現今許多博物館到訪者已會攜帶智慧手機、平板等手持數位移動裝置，未來在穿戴式智慧裝置日益普遍下，博物館未來要面對的將是人機介面高度結合的參觀者，因此在展示功能上，博物館應確保其提供的內容皆可展示在這些新興媒介平台上，同時互動式科技也將改變目前博物館所提供的展示內容。而在典藏功能上，雖然目前 Google 眼鏡的開發生產計畫已停止，但是 2013 年時藝術家 David Datuna 已創造出第一件僅能透過 Google 眼鏡看到的公共藝術作品「Portrait of America」；對博物館的典藏挑戰是，這類非實體的科技藝術品未來在技術不斷變革下，如何確保此一作品在未來 10 年、20 年、甚至 100 年後還能被「看見」！

(六) 趨勢六：慢活風潮

過去數十年來，美國社會已了解到「快」看似有效率，但最後往往達不到效益，而「慢」則相反，因此美國社會興起一股慢活風潮(Slow Movement)。隨著高科技化社會所帶來的生活緊迫感壓力，美國社會的慢活運動給予博物館一個嶄新的發展契機，亦即讓博物館可以成為民眾遠離生活壓力的一個喘息空間。例如 The Jane Addams Hull-House (JAHH)博物館推出了一項「慢活博物館計畫」(Slow Museums Project)，將博物館的經營重新定位為一個提供娛樂、反思、喘息的空間，而大都會人壽基金會(MetLife Foundation)則提供了該博物館一筆資金，支持博物館的一項創新實驗室計畫。

而根據一項調查指出，美國民眾平均在博物館內參觀一件作品或收藏品的時間是 4~31 秒，顯示不同參觀者對於參觀的偏好是差異很大的，因此博物館應該針對多元化的參觀偏好來設定其差異化的展示策略及內容，並且提供不同的虛擬及實體展示空間以滿足民眾的不同參觀動機。

以上六項發展趨勢涵蓋了科技、社會、氣候變遷等面向，論述了這三個面向的趨勢轉變如何影響美國博物館的未來經營策略方向。對於國內博物館而言，上述三大面向的趨勢變化也同樣是臺灣所面臨的未來發展課題，然而六大趨勢變化的部分議題在國內博物館界中較少受到正視，例如科技化對博物館的展示、收藏功能所帶來的全新挑戰；而美國未來博物館中心指出，因應上述趨勢發展，需要政府及社會增加對於博物館相關軟硬體設備升級的投資，以使博物館能以新的定位及面貌融入社會之中，此值得國內正視思考。

二、2014 年韓國電影消費行為趨勢分析

韓國電影振興委員會 (KOFIC) 每年皆針對韓國民眾進行電影消費行為調查，最新調查呈現 2014 年韓國民眾不論是進電影院觀看電影，或透過電視、電腦、行動裝置觀看的電影數量皆較 2013 年下降，然而在網路普及率及覆蓋率非常高的韓國，透過調查報告了解民眾透過網路裝置或藉由新媒體觀賞電影的行為，以下就觀看電影的類型、觀影考量因素、觀影時段等等進一步說明線上觀影的行為。

(一) 電腦和行動裝置觀看影片的行為趨勢

根據消費調查，2014 年韓國民眾透過電腦或行動裝置觀看電影的比例為 67.3%，較 2013 年下降 17.3 個百分點，平均每周觀看的部次也下降至 0.13 部次，減少幅度相當明顯。然而在不同線上觀看管道方面，韓國民眾透過入口網站或專門提供電影觀賞網站的觀看比例為最高，為 54.3%，且亦較 2013 年成長。

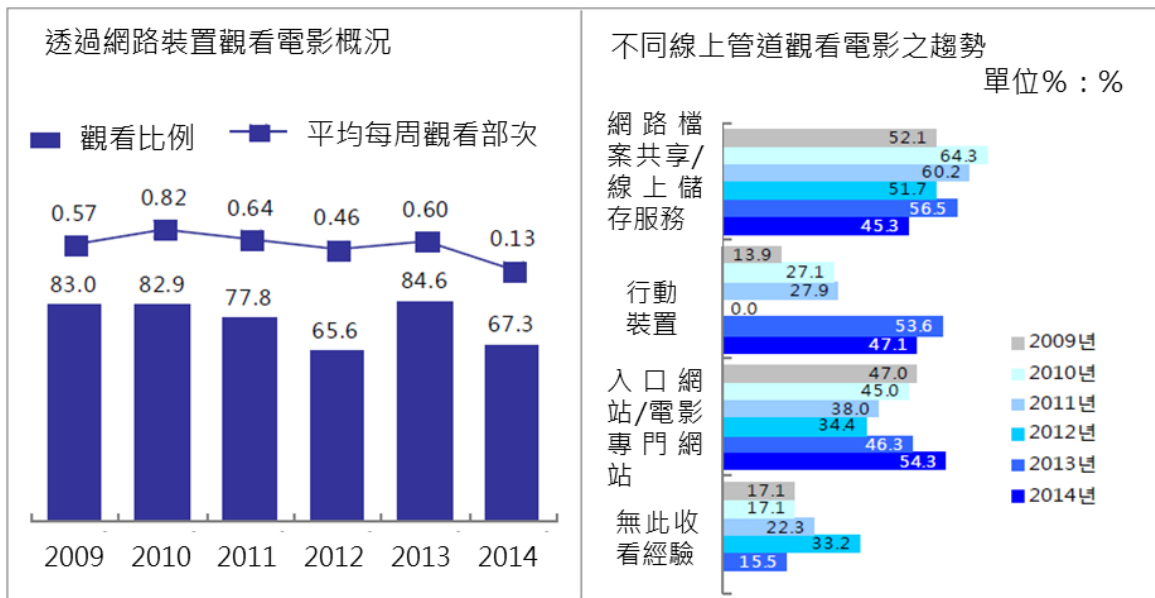


圖 1-1 韓國民眾透過網路裝置觀看電影之情形

資料來源：2014 韓國電影消費研究報告，KOFIC。

至於比較前往電影院與透過行動裝置觀看電影的時段與時間，很明顯看出電影院有營業時間限制，民眾大多在周末或假日的時候到電影院觀賞電影，且時間集中在晚上；利用行動裝置觀看電影相對不會受到地點、時間所限制。

表 1-1 韓國民眾觀賞電影的媒介及時段

單位: %		電影院	行動裝置
時段	平日	12.0%	16.9%

單位：%		電影院	行動裝置
	周末/假日	63.6%	22.7%
	不限定	24.5%	54.5%
時間	上午 11 點以前	13.9%	0.7%
	11 點至下午 6 點	26.5%	7.1%
	下午 6 點至 11 點	35.5%	20.6%
	深夜 11 點以後	5.7%	14.5%
	任何時間	18.4%	56.2%

資料來源：2014 韓國電影消費研究報告，KOFIC。

觀看電影的類型元素方面，不論是透過電腦或行動裝置，觀看動作片及科幻/奇幻/武術影片的比例明顯較 2013 年提升，犯罪/推理/懸疑/驚悚影片的觀看比例下降得較為明顯。另外，透過手機、平板等行動裝置觀看電影的民眾，其觀看類型有較明顯的改變，2013 年比例最高的影片類型為劇情片，2014 年則以動作片比例最高，且浪漫喜劇、愛情片占比亦微幅增加。

根據 2013《影視廣播產業趨勢研究》，我國民眾透過網路裝置觀看電影的類型以動作片占比最高，超過五成，其次是喜劇片、愛情片，在類型喜好方面與韓國民眾有些微差異。

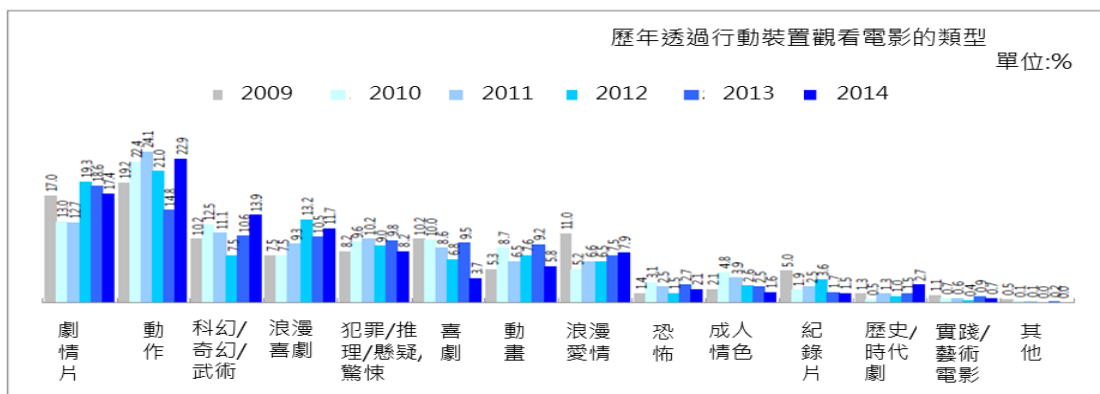
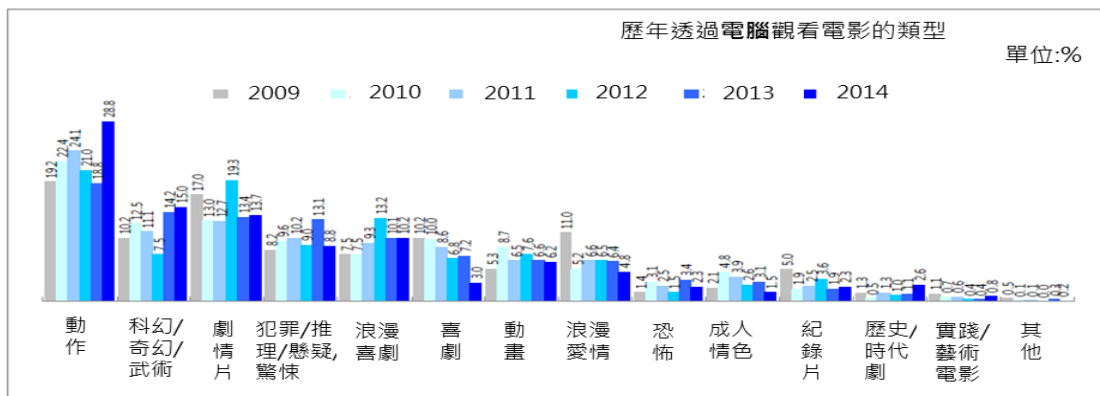


圖 1-2 韓國民眾透過網路裝置觀看電影之類型

資料來源：2014 韓國電影消費研究報告，KOFIC。

進一步觀察韓國藝術電影或獨立電影的觀影比例，根據調查，2014 年大約三成民眾有觀賞過藝術電影/獨立電影，以電影院觀看比例最高，透過電視頻道或網路裝置觀看的比例相對較低；平均觀看部次，不論是哪種觀看管道，次數平均約 2 部次。

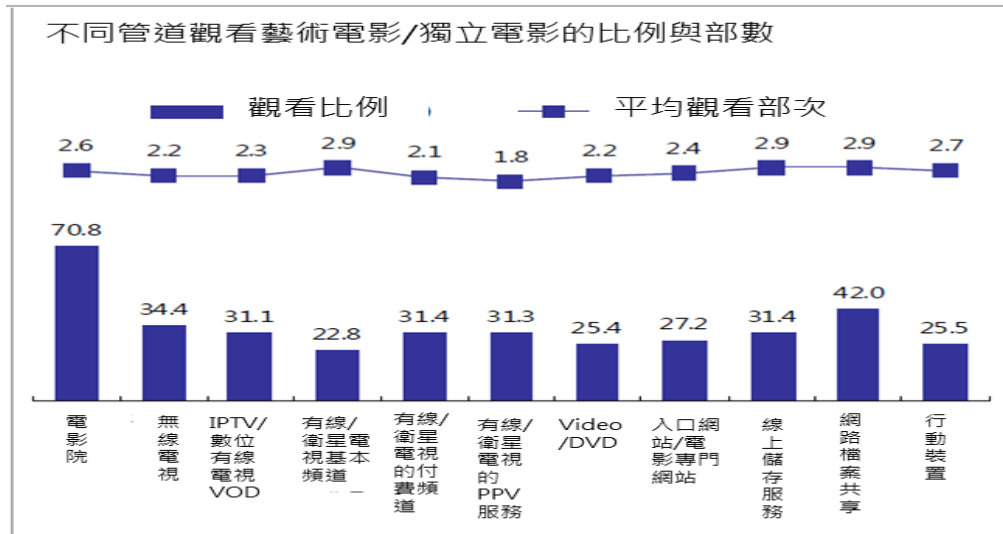


圖 1-3 韓國民眾觀看藝術/獨立電影之媒介管道

資料來源：2014 韓國電影消費研究報告，KOFIC。

(二) 不同年齡層透過網路裝置觀賞電影的情形

依年齡層來看，年輕人與青壯年人透過電腦或行動裝置觀看電影的比例高達七成，超過 50 歲的民眾仍有近五成使用網路裝置觀看影片。不過平均每週觀看部數方面，各年齡層卻沒有太大差異，顯示年輕人雖然使用網路裝置觀賞電影比例高，但因線上娛樂選項較為豐富，且年輕人至電影院觀看電影多屬社交活動的一種方式，故其透過電腦或行動裝置觀賞的部數並沒有明顯地較多。

表 1-2 韓國民眾觀賞電影之媒介的頻率(依年齡層分)

	網路裝置觀影比例	網路裝置觀看平均部數 /每週	至電影院觀看平均部數 /年
15-19 歲	77.3%	0.16	7.2
20-29 歲	75.0%	0.14	11.6
30-39 歲	71.9%	0.15	10.1

40-49 歲	64.1%	0.11	9.7
50-59 歲	49.1%	0.11	7.9
整體	67.3%	0.31	9.8

資料來源：2014 韓國電影消費研究報告·KOFIC。

若進一步了解其所使用的網路裝置管道，年輕人使用行動裝置觀看電影的比例較高；而各年齡層使用網路檔案分享方式皆超過五成，可能是目前大多數韓國民眾較常使用的方式。值得注意的是，入口網站或專業電影網站使用比例隨著年齡增加，使用比例越高。

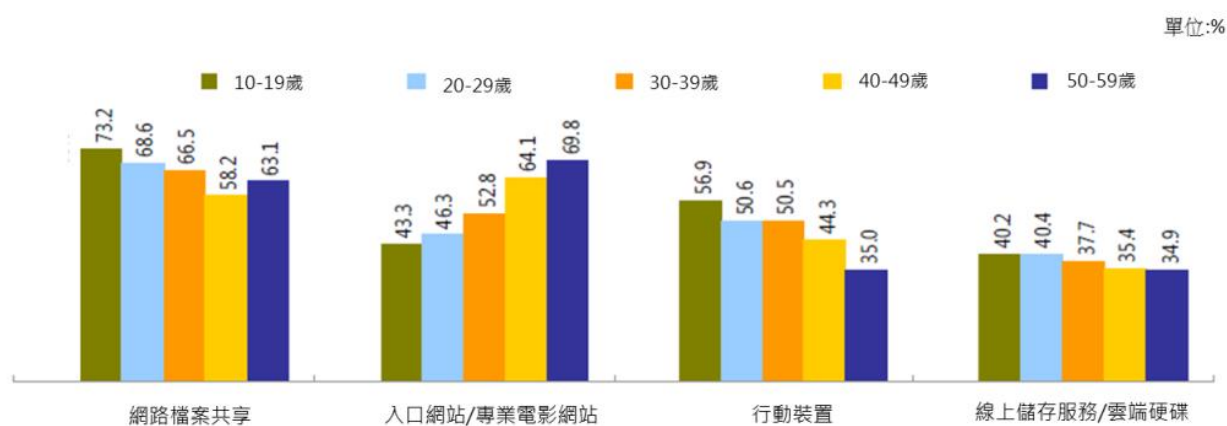


圖 1-4 韓國民眾透過網路裝置觀看電影之類型(依年齡層分)

資料來源：2014 韓國電影消費研究報告·KOFIC。

依年齡層及類型元素交叉分析，透過電腦觀看方面，動畫片以 10-19 歲年齡層的韓國民眾觀賞比例最高；浪漫愛情片與紀錄片，則是以 50 歲以上的民眾觀賞比例最高。而利用行動裝置方面，劇情片、犯罪/推理/驚悚/懸疑片、成人情色、紀錄片等類型，都以 50 歲以上的民眾觀賞比例最高。

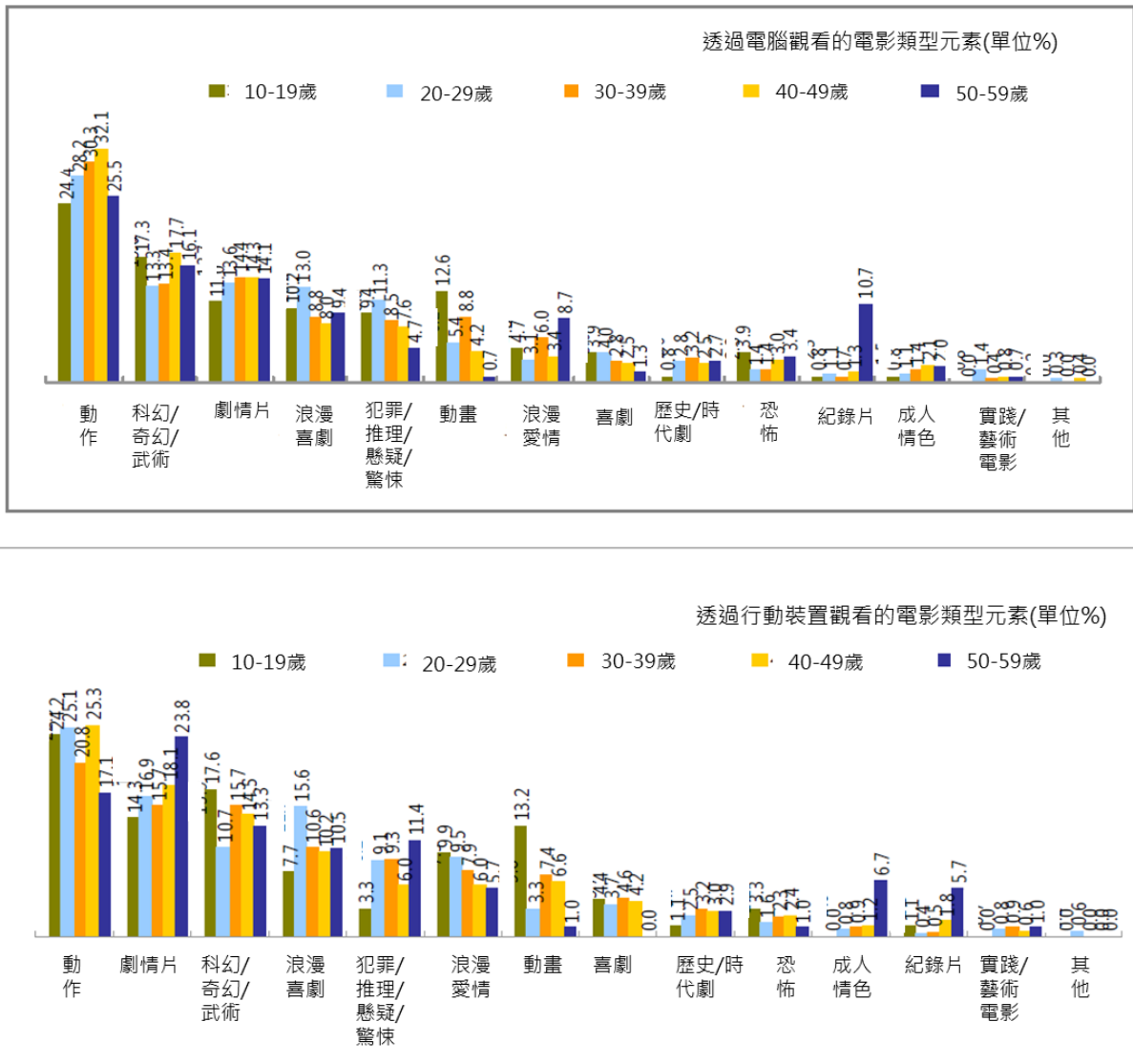


圖 1-5 韓國民眾透過網路裝置觀看電影之類型(依年齡層分)

資料來源：2014 韓國電影消費研究報告·KOFIC。

(三) 選擇電影片之考慮因素

關於選擇電影所考慮的因素方面，韓國民眾考量的因素為電影的「內容/劇情」、「類型元素」、「卡司」、「評價」、「票房成績」等。根據 2013《影視廣播產業趨勢研究》，我國民眾選擇電影的考慮因素亦最重視「劇情」與「口碑」，對於導演或國別等重視程度較低，此現象韓國與臺灣民眾觀看電影片考量因素大致相同。至於電影口碑的來源，則以網路討論為主，其次是電視報導，親朋好友推薦則為第三。

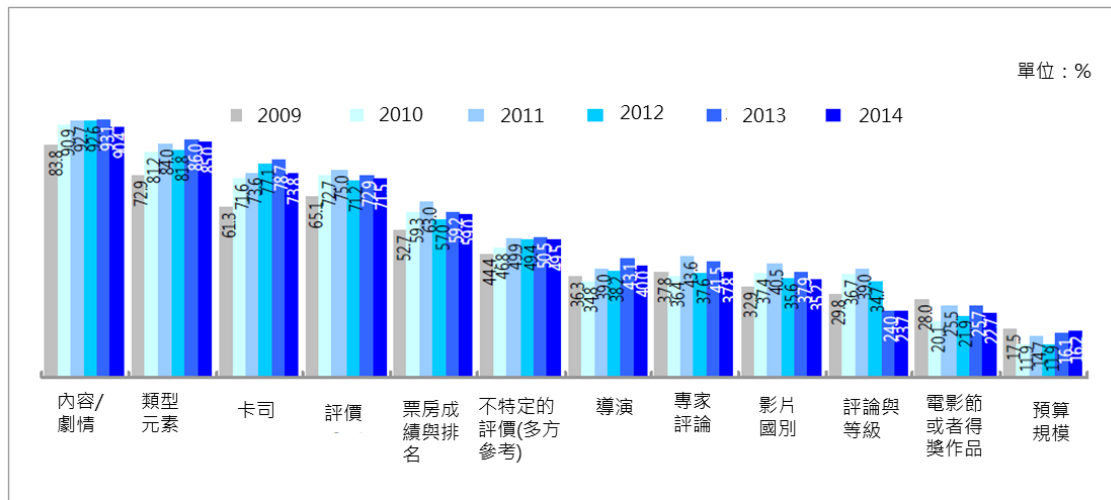


圖 1-6 韓國民眾觀賞電影的考慮因素

資料來源：2014 韓國電影消費研究報告，KOFIC。

三、英國表演藝術市場發展概況

英國為發展文化創意產業之先驅，其表演藝術形態廣泛多元且質量相對突出，由尖端數位音樂、劇場，到創作推陳出新，皆奠基於豐厚的文化基礎上，不斷積極發展文創產業之新形態、新觀眾。而有關英國表演藝術的市場發展概況，過去自 1990 年代以來雖然都有英國劇場管理協會(TMA)部分成員會公佈其售票情況而得以作為觀察表演藝術市場的依據，但是其統計數據仍是片面而不完整，因此難以觀察解讀英國表演藝術市場的全貌。近日 UK Theatre(前身為英國劇場管理協會 TMA)發表了各劇院票房銷售分析報告《UK Theatre venue ticket sales benchmarking analysis》，首次以較為完整的票房銷售數據統計，呈現英國表演藝術市場的概況。儘管該報告所收錄統計的表演藝術票房並非 100%，但大致也涵蓋了 2014 年 90%表演藝術市場的票房收入情況。

該報告依據各劇場會員所提交的票房銷售數據，分析探討了各類型展演場館與各藝型表演藝術的交互關係及於演出售票概況之影響，並研析新作數量、推出展演場次、票房表現以及售票收入等重要指標。

整體而言，2014 年整體表演藝術市場的新作數量、推出展演場次、票房表現以及售票收入等關鍵指標皆有提。在新作產出方面，新作品於各類型展演場館推出情形分配較為平均，小型、演出場次較少的展演場所新作推出率明顯萎縮。在票價表現方面，2014 年的平均票價較前一年提高了 5.1%，如將票價扣除通膨率因素，其票價仍較 2013 年高出 5.5%，達到 1.24 英鎊；2014 年售票總收入則較前一年高出 5.5%。在演出場所方面，大型劇院(容納超過千人)依然是這兩年票房的主要來源，皆超過各類展演場地票房之半

數，2014 年票房更高達 62%，其次，該調查發現大型展演場館無論在觀賞人次或是票房收入上都是增加的，反而在中小型展演場館觀眾人數是減少的。

而以表演藝術類型來看，2013 年及 2014 年數據皆顯示，較受市場歡迎、票房比重前四大的演出類型為家庭音樂劇、成人音樂劇、兒童劇、話劇。而 2014 年票房比重較 2013 年成長者，包括家庭音樂劇、其他舞蹈，其中又以家庭音樂劇的票房比重成長最多(由 17%增加為 25%)；而票房比重呈減少者，包括成人音樂劇、話劇、搖滾及流行樂演奏會、古典樂演奏會，其中又以成人音樂劇比重減少最多(由 21%減為 15%)。

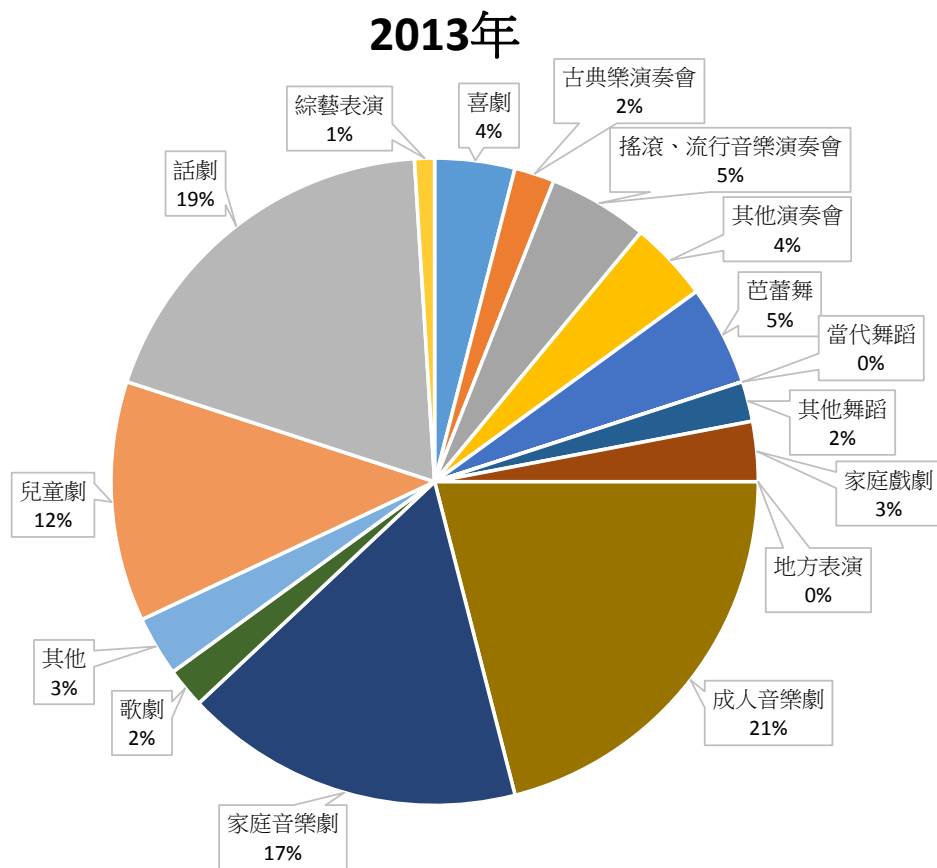


圖 1-7 2013 年英國表演藝術類型之票房表現比重

資料來源：UK Theatre。

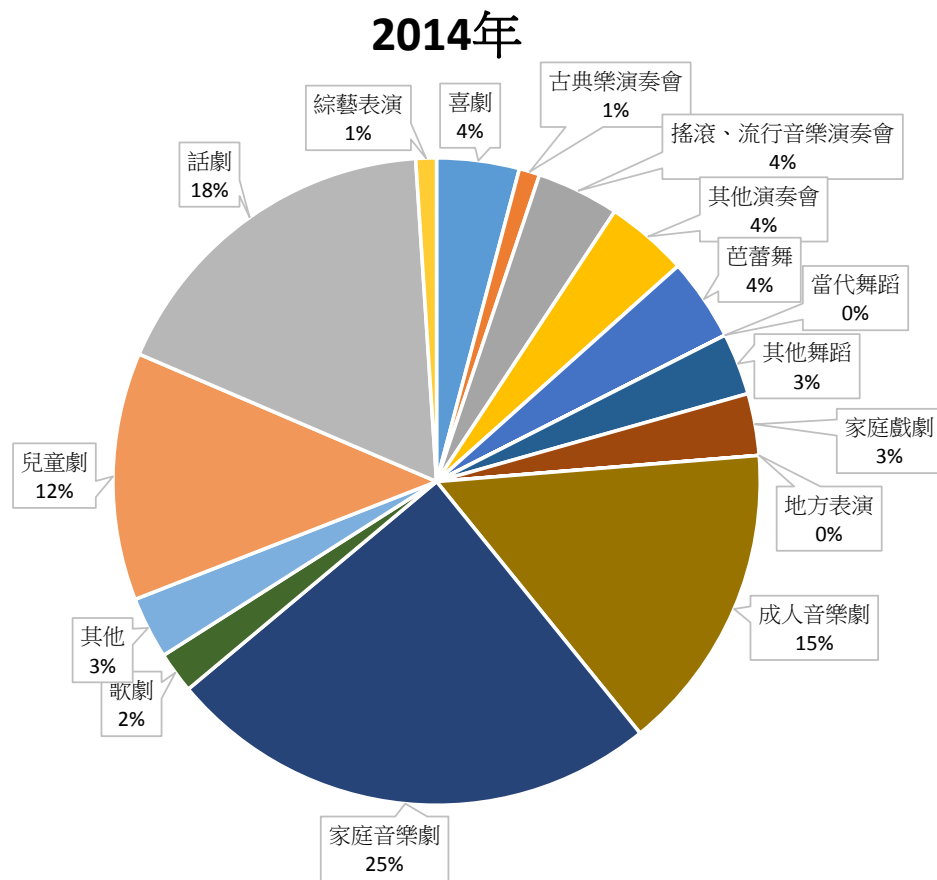


圖 1-8 2014 年英國表演藝術類型之票房表現比重

資料來源：UK Theatre。

在票房收入表現方面，表演類型以戲劇類演出比例最高，2013 年戲劇類演出約占總票房收入的一半，惟 2014 年有縮減情形，可能來自於喜劇與家庭音樂劇的興起而排擠了該類型票房收入。展演活動較多的展演場合，其票房收入較 2013 年高出 10%，觀賞人次上則增加了 7%。值得注意的是，該類型展演場館觀眾進場買票比率，是所有類型場館中最高者。中型劇院(容納人數介於 500 人至 1000 人之間者)於 2013 年占整體票房收入的 74%，2014 年則提高至 75%。

在票房滿座率表現方面，依各表演藝術類型來看，2014 年整體而言達到 69%。其中戲劇類表現一直趨於穩健，惟其滿座率由 66% 下滑至 61%。依展演場所類型角度觀之，小型且演出活動頻繁的展演場所，其滿座率較高，惟比率呈現下滑局面，且票房有流向、新作多的大型展演場館的趨勢。喜劇、家庭音樂劇都是這二年滿座率較高的表演類型，且二類表演藝術的滿座率皆有攀升情況，而滿座率下滑超過 2% 的類型，則有當代舞蹈(contemporary dance)、成人音樂劇以及當地演出活動。

在票房收入預定達成率方面，以表演類型來看，2014 年喜劇、家庭音樂劇二類表現突出，戲劇類則微幅上升 1%，惟該類演出兩年的達成率皆不及五成。而表現較差者為小型劇院(容納人數 200 人至 500 人之間者)，惟其達成率由 48% 上升至 50%。

音樂劇(家庭及成人音樂劇加總)的票房表現較 2013 年為佳，其中，家庭音樂劇表現較為突出，如獅子王、女巫前傳以及史瑞克等劇幾乎占了巡演票房的四分之一，而成人音樂劇票房則明顯下滑，其衰減幅度超過家庭音樂劇票房增加情況。

在預定平均票價方面，除當地演出、綜合型演出外，其餘劇種如喜劇、音樂劇、舞台劇、古典樂演唱會、芭蕾舞表演...等演出其預訂平均票價皆是增加的，尤以喜劇、舞蹈類之平均價格增幅較高。

另依觀眾實際支付的平均票價來看，展演場館角度來看，除小型劇院有衰退情形(2014 年下滑 7%)外，中/大型展演場館皆提高。若依表演類型角度分析，除當代舞蹈、成人音樂劇及當地演出外，其餘類型平均票價皆有上升情形。

各類表演藝術展演場次之分布情況方面，如戲劇類仍達所有演出場次的三分之一，惟較 2013 年下滑 2%，減少 200 場，流失了 280,000 張售票。2013、2014 兩年音樂劇表現皆平穩(包含成人音樂劇及家庭音樂劇)占了整體展演場數的 15%，其中家庭音樂劇則有上升的跡象。在售票情形方面，大型劇院依舊是票房主力，中型劇院則占了票房的 15%。音樂劇票房則較 2014 年明顯增加，其市占率由 38% 擴大至 39%。

喜劇類表演觀賞人次些微下滑 1.4%，但無論是新作數量、演出場次於各類型展演場合皆有提升，觀賞者實際支付之平均票價更上升了 16.5%，使票房收入提升 14.3%。喜劇類演出活動頻率平均來說提昇了 8.8%，主要是來自於活動較為熱絡的小型展演場館演出，惟發表製作的大型劇院與小型場館皆有觀眾減少的現象。

戲劇類演出於該二年間有觀眾減少的跡象，其參與率由 22% 減少至 20%，而票房收入表現方面則衰退 2%，可大抵歸咎於展演場次的大幅縮減，使參與率下降所導致。觀察戲劇類演出場合可發現，售票集中於大/中型演藝廳等主要新製作的展演場合，可說幾乎占了票房的 90%。

第貳部分、市場觀點

一、【文化展演設施】解讀新興複合展演空間崛起浪潮的新現象：專訪 Art aNew 陳小虎負責人

近年國內出現許多小型藝廊、複合展演場所等新興展演空間，這些新興複合展演空間的經營內容，有別於公立大型展演空間，亦不同於營利之藝廊、非營利之替代空間等傳統藝術展示空間。本期專訪 Art Anew gallery & café 負責人陳小虎，以進一步了解國內小型複合展演空間之未來發展與經營走向。

（一）對於近年國內出現各種新興展演空間之現象的觀察與解讀：

從市場供給和需求的角度來看，近年國內出現許多新興複合展演空間的現象，主要是近幾年設計、建築、藝術、音樂類等相關科系畢業的人才越來越多，而我們既有的產業，例如廣告、唱片等，無法吸納這些人才，而這些產業之所以無法吸納這些人才，部分是因為這些產業的經營情況變得更佳微利化、市場規模也出現縮減情況，因此對於人才數量的需求不再那麼大，另外部分原因是既有產業對於所需「人才」的客觀條件要求與現在新世代人才的主觀期待之間有所落差，以致於新世代人才也不一定想進到既有產業去，因此目前有許多人就自己接案子來做，當 SOHO 族。在這樣的背景下，這些 SOHO 就需要一個平台去展示自己的作品，這就是新興複合展演空間出現的一個很大原因。

由於這些 SOHO 自行接案者多數是學生族群和轉業人士，而商業藝廊一般不容易接受這類型的人才，而公部門空間的進駐申請條件又太繁瑣，再加上申請人數眾多，所需負擔的場租費用有時也不是 SOHO 族可以負擔得起，因此就產生新興複合展演空間存在的市場空間。

（二）新興複合展演空間的經營內容、型態、市場區隔

在與創作者合作的模式方面，除了創作者來尋求合作之外，Art Anew 也會主動尋求與自己展演空間調性接近的創作者來合作。合作的內容，則是由 Art Anew 協助創作者媒合商業藝廊，探詢藝廊有無與創作者建立代理或經紀等合作關係，同時 Art Anew 也會媒合創作者與藏家，替創作者拓展作品被收藏的機會。

另外，對於作品定位還不太清楚的非美術系的學生或社會人士，例如曾就讀視覺傳達、設計等科系，或是近年很熱門的插畫類型的創作者，雖然現在他們都會透過網路來銷售自己的東西，但是網路資訊太多，還是需要有一個經紀人來幫他們規劃，以及需要一個能夠讓作品曝光的場域，因此就需要一個實體空間來辦個展開幕式的活動，Art Anew 會運用自己的社會連結，邀請相關人士來看作品展，創作者可以透過 Art Anew 的實體空間展出，而獲得更多合作機會及開拓收入來源。

音樂領域也是如此，現在即便有跟唱片公司簽約的樂團、歌手，都不是靠賣唱片來賺錢，而是靠辦表演和演唱會收入。雖然現在有許多音樂表演空間可提供樂團、歌手演出的空間，但是這些具有一定空間大小的表演場地，對於剛出道、尚未具有知名度的表演者而言，他們的票房收入可能還難以承受專業音樂表演空間的場租費用，因此他們會需要一個相對較小的表演空間，舉辦演唱會的成成本較低，同時可藉由這些一場場小型的演唱會來培養自己的人氣和樂迷。而 Art Anew 的小型展演空間屬性就是切入到這一塊的市場需求，這也是這幾年小型新興複合展演空間越來越多的原因。

除了在表演空間的市場區隔之外，在展示空間方面，新興複合展演空間也與傳統的非營利之替代空間和營利之藝廊有所不同。非營利替代空間主要往來者是特定一些純藝術圈的人士，而且空間是以非營利性質在經營，新興複合展演空間則除了營利性質之外，往來合作對象包含藝術科系背景人士，以及非藝術相關科系背景而後來轉入藝術創作的人士，與傳統替代空間不同，更重要的是，進入到新興複合展演空間的創作者通常並非傳統替代空間往來的對象。

與商業藝廊不同的，第一，新興複合展演空間與創作者之間並沒有那麼強的經紀關係，例如每月提供創作者經費，新興複合展演空間則是著重於媒合的角色；第二，相較於進到藝廊參觀的民眾仍舊是少數，而新興複合展演空間則可藉由餐飲的提供，吸引更多不屬於藝廊往來的客群也能夠來欣賞藝術作品，甚至進而產生購買行為。目前甚至有一些藝廊也開始經營餐飲，目的就是希望能藉此吸引到更多原本未接觸到的新客群。

(三) 對於政策的建議看法

目前政府對於視覺藝術產業的補助，除了針對藝術創作者之外，也針對藝廊、替代空間等設施空間經營者。而身為一個展演設施空間的經營者，陳小虎負責人卻提出其獨特的看法，他認為政府目前補助除了應強化補助對象之間的競爭性之外，也應加強對藝術創作者的補助，而非設施空間端的經營補助。因為給予藝術創作者補助辦作品展時，藝術創作者會自行選擇對其最有利的展示空間來展出，如此一來展示空間就必須相互競爭來爭取藝術創作者的青睞，設施空間的經營者就會從藝術創作者的需求來重新檢視及改善其提供的軟、硬體內容。如果設施空間做得不夠好，爭取不到藝術創作者，那麼依靠這樣的市場選擇機制，就可以讓經營不佳的設施空間經營者自然淘汰，整體藝術市場才會動起來。

二、【電影】臺灣電影產業完工保險之初探：專訪阿榮影業林添貴董事長及香港 MPIA¹楊忠賢經理

五月侯孝賢導演的武俠電影《聶隱娘》於第 68 屆坎城影展首映會獲得中外媒體極力讚賞，並風光拿下最佳導演大獎，不過當初《聶隱娘》在籌措資金時，國發基金決議投資的同時，參考國外拍攝電影常使用的做法，要求電影公司簽訂「完工履約保證」，惟電影公司對於保險金額與執行面等疑慮，最終無法配合簽訂履約保證，國發基金也只能退出《聶隱娘》的投資，使得國內電影資金籌措及政府政策不夠完善靈活等問題因此成為媒體焦點，也凸顯出國內電影產業在專業管理制度面的不完備，國內金融保險業也無與文創產業相關的業務可做搭配等情形。因此，本次藉由訪談阿榮影業的林添貴董事長，及香港 MPIA 保險公司的楊忠賢經理，了解目前國內開始引進電影完工保險的出發點，及其運作的架構與流程。

（一）電影「完工履約保證」制度與「完工保險」的說明

在歐美電影產業常使用的「完工履約保證」(Completion Bond)，是銀行為降低借款風險，在提供融資之前，要求製片公司必須先獲得履約保證人或承保公司為該部電影所訂的企劃提供保險，而履約保證人或承保公司為確保電影能如期完成、順利上映等，除定期監督進度、成本控管，甚至能強制介入拍攝過程。此制度雖是資金融通管道、降低回收風險的一環，但對導演或電影製片公司來說，其本身的創意發想將可能受到阻礙，尤其是藝術電影通常創作者為追求達到其意念，拍攝時程或成本較商業電影來的不穩定。

至於目前在臺灣、香港、中國大陸的電影完工保險，是屬於財務損失的財產保險，針對電影拍攝過程中所使用的器材設備、道具、影片數位檔案、工作人員等等去做投保，當發生損害或事故時，製作公司或投資者可向保險公司申請理賠。簡單來說，是一種停工損失風險的分擔概念，提供製作公司或投資者因事故或意外所產生的損失有一定程度的保障。

楊經理表示，香港電影投保完工保險行之有年，這幾年中國大陸大型電影的製作，也開始有完工保險的規劃與投保，如《太平輪》。至於臺灣方面，林董事長表示，阿榮在拍攝《甜蜜殺機》時，即開始投保電影完工保險；另外，國際大導演來台拍攝的《露西》、《沉默》等電影也都有投保此類保險。

（二）國內電影完工保險現況，以及主要運作架構與流程

隨著製作成本愈來愈有規模，對電影公司來說保險費用在可負擔範圍內是能被接受的，因此逐漸提高投保意願，以增加投資方的保障。例如，武打或動作片的保險金額約為製作成本的 1~1.2%，一般劇情電影則最高則約 0.85%，視不同電影，其投保項目會有點不同，大致上可分成四個部分：

1. 製作拍攝方面，因檔案損毀或道具損毀等因素而必須重拍等產生的重拍費用。

¹ Motion Picture Insurance Agency Ltd.

2. 器材設備方面，包括攝影機、音響、燈光等設備毀損，或道具、場景損壞等損失賠償，另外也包括為拍攝而租借的物品損害的賠償。

3. 雇主責任險是關於工作人員的部分，由於現在跨國合作頻繁，劇組或演員組成可能來自不同的國家，當劇組或演員在臺灣拍片時，身體不適或受傷需返回休養或治療，這部分的費用支出也涵蓋在保險範疇裡面。

4. 在版權方面，當電影要到美國播映，都會要求片商提出內容版權證明，當該部影片的內容構思、角色或片名等面臨版權訴訟所產生等相關費用時，可由保險公司來做理賠。

除了上述電影完工保險核心部分，保險內容其實也會隨著不同的電影製作類型而隨著調整，例如愈來愈多電影使用到直升機或空中拍攝機，而這些飛行戲的拍攝，可能因機械故障失控造成演員、劇組，甚至是鄰近住戶或民眾的傷害；另外，也可針對主要演員發生意外時，必須停工所產生的一切損失（如器材或場地租金、住宿費用等等）去做另外的加保。

（三）未來努力發展方向

目前臺灣金融保險公司並無提供電影完工保險相關業務，香港 MPIA 保險代理商所販售的電影完工保險亦是由英國保險公司承作。不過阿榮的林董事長與 MIPA 的楊經理都表示，希望先將電影完工保險帶進臺灣的電影製作環境，提升電影產業的專業管理制度，風氣形成後，不論是國內的保險公司或資金投資者都會更加了解電影完工保險的運作與其潛在機會，始能逐漸與完工履約保證制度作結合，進一步降低國內電影投資風險，改善回收不確定性，發展成電影融資的一種工具，吸引更多資金投入，將更有利於國內電影產業的發展。

三、【表演藝術】傳統表演藝術文化場與外台戲之連結：專訪 一心戲劇團 孫富勸執行長

傳統戲曲於表演藝術舞台扮演著不可或缺的角色，同時展現傳承的堅韌生命力。現今傳統表演藝術團體於文化場的發展大致可分為，年度新戲製作與接受政府單位邀演兩個部分。文化場以高規格精緻度的訴求為框架，然於外台民戲演出方面，廟方請戲目的係為酬神，其經費較有限，在表演形式上相較文化場自由、奔放，由台上演員與台下觀眾互動情形可展現其人情味、草根性濃厚的一面。我們深度專訪文化場及民戲展演經驗豐富的一心戲劇團，探討外台民戲表演與文化場間的連結，及其參與文化場演出的經驗分享。

（一）外台發展邁入文化場之契機

一心戲劇團團員以孫家家族成員為主，自 1989 年創團起，主要經營外台演出。2003 年後由於電視、電影蓬勃發展，人們在娛樂多樣化的洗禮下，對娛樂方式有更大的選擇空間，這使年輕觀眾層逐漸流失。加以政府推行空氣、噪音污染管制，民眾環保意識抬頭，當時廟會口周邊展演場地銳減，諸多廟會場合，無論是演出機會提供，或是展演場地面積皆大幅萎縮，該情形以台北市為甚；而民戲劇團同行間削價競爭情形越益惡化，使一心戲劇團的民戲演出機會由以往每年的 250 場演出，至 2003 年後的四、五年間逐漸減少為 80 幾場。當時恰逢政府提倡室內劇場，而孫團長亦看到一線生機，開始著手進行結構性革新，逐步朝文化場發展。

（二）文化場演出與新製作對拓展觀眾群體現的意義

社會大眾對表演藝術工作者的觀感，使許多傳統表演藝術團體面臨演員斷層問題，一心戲劇團主要成員為親屬，其演員斷層情形雖相較其他團體輕微，惟觀眾斷層問題讓孫團長開始意識到文本改革的重要性，藉經典戲碼改編，由人物刻劃角度逐步修正，摒除過去觀眾對生、旦、淨、末、丑的善惡二分法概念，在人物描寫方面賦予該劇角色更貼近現代人的理性邏輯，讓非傳統戲曲觀眾窺見前所未有的風貌。

循序引導新觀眾注意到傳統戲曲是一項重要的階段性目標，一心戲劇團在文本撰寫上，試圖導入新穎素材，如西方劇本改編的《浮士德狂魂》成功地吸引現代劇場觀眾；華麗胡撇子戲《Mackie 踹共沒？》表現手法引起小劇場觀眾共鳴；而《斷袖》引發同志朋友們的注目外，意外地吸引了宅男、腐女族群觀眾；近期新作《芙蓉歌》與作家張曼娟、導演郎祖筠合作，引致文學小說粉絲與現代劇場等各方觀眾期待。

孫團長強調，觀眾培養是永續經營的概念，一心戲劇團先以新鮮題材滿足觀眾的好奇心，令觀眾瞭解、慢慢地步入傳統表演藝術領域的殿堂，才能進而體悟經典戲碼之美。一心戲劇團持續努力前進的方向，是在傳統的基礎上作延伸、創新，最終回歸原始的傳統精神。因此除了上述的新穎創作外，在「102 年度輔導民間歌仔戲團再現看家戲專案補助計畫」的穿針引線，演出傳統老戲《武松殺嫂》，即是讓戲曲迷重溫經典舊作的案例。期盼觀眾能接納傳統戲曲，成為忠實戲迷後，再回過頭來品嚐歌仔戲的原汁原味，讓觀眾體驗過去老一輩演員與觀眾的共鳴之處，同時分享經驗傳承之過程。此舉也呼應了開闢新作之路、累積新戲數量之後，再放緩腳步，重新回過頭來巡演舊作，穩固觀眾之餘再行拓展新觀眾群的巡演模式。

（三）廟會外台戲演出與文化場之間的連動關係

新創作顛覆大眾對傳統戲曲的既定印象，並教育、養成觀眾進場買票的習慣。但近年來為因應觀眾的口味，在舞台製作群上求新求變，大型展演場館製作推陳出新，使製作經費不斷提升，於票房基本收入不敷支出的情況下，該劇團主要以民戲、廟會場之收入盈餘來挹注年度新戲的製作費用。廟會外台戲與文化場二者存在的緊密連動關係，近年來一心戲劇團歷經文化場的洗鍊，將欣賞文化場表演的年輕觀眾逐步吸引至外台觀賞演出。該劇團的廟會演出場次因文化場觀眾的支持而於近二、三年開始增加，目前則趨於飽和的局面。

飽和的原因主要係由於台北市廟會場合不多，因而外台戲演出機會大部份以新北市所舉辦的活動為主。以台北市霞海城隍廟、萬華青山王文化季為例，近幾個月霞海城隍廟於修繕期間，少了一處演出場所，而萬華青山宮周邊老社區環繞，附近居民對繞境、廟會活動的排斥，使劇團於外台演出活動範圍漸往新北市挪移。另一方面，許多民戲團體藉縮減演員編制，戲金走低價路線，在此惡性競爭的循環下，許多立案於台北市的劇團因上述因素，漸失在當地駐足展演之機會。

此外，一心戲劇團也逐漸注意到民戲觀眾結構上的問題，由大型展演場館追隨劇團至民戲表演場合的觀眾以年輕人居多，而年長觀眾通常為當地民眾，為關照年長者不熟悉上網訂票流程的情形，劇團把握民戲的演出機會作宣傳，於民戲演出場合進行現金售票。憑藉文化場觀眾的累積，及民戲活動、新舊觀眾間的意見回饋交流與口耳相傳之下，達到口碑行銷效果，讓原本觀賞民戲活動的觀眾群進場買票，提升文化場、公演的票房。值得一提的是，劇團平時除參與大型文化場和民戲演出外，亦積極投入社區發展之推廣性課程，如目前社區義工媽媽班的社團性活動，無形中累積藝生和觀眾層，尤其社區義工媽媽班更是推展室內劇場票房的有力推手。

(四) 政府舉辦展演活動之規劃策略分享

早在 2007 年，一心戲劇團即多次參與台北社教館舉辦的社區藝術巡禮活動，當時的大稻埕戲苑不如今日光景，該年劇團第一次入選國藝會「歌仔戲製作發表專案」，連三天的巡演係為探測市場水溫，隔年第二次入選即吸引了許多觀眾前往觀賞，自此戲苑周邊冒出了許多商家，無形中帶動了商機，也引起北市文化局對大稻埕戲苑的重視。經此兩三年的試營運活動，戲苑陸續邀請許多歌仔戲、布袋戲等傳統表演藝術團體展演，一心戲劇團一路參與戲苑的展演活動至今，對戲苑歷經場館設施的活化、翻新，鼓勵創新在地文化價值，帶動整體藝文環境發展給予肯定。此外戲苑場館人員對票房結構、場地經費的分級制度，不斷作修正、調整，研擬適合於傳統表演領域的定價規範，亦是該單位多年活動經驗累積下的成果，惟團長也認為還有持續精進的空間。

孫團長對高雄市文化局的執行力亦表達讚賞，對該單位舉辦庄頭藝穗節活動，保護、扶植在地團隊，將在地文化行銷到外縣市的作法印象深刻。該單位先對劇團進行徵選、為作品品質審核把關，活動主辦人對展演團體所需舞台大小、製作經費多寡具備相當的概念，且對劇團營運支出狀況熟悉。於活動期間，主辦單位亦負責策劃宣傳、場地與交通路線規劃、編制後台人員，和提供劇團演員保險之協助，並另將製作廣告文宣外包予專業的公關公司處理。在展演活動前的排練期間，負責人親自帶領團員進行場地勘查。主辦單位與廠商合作間權責的合理劃分，及劇團展演規劃之配套措施完善，因而避免了政府組織舉辦大型展演活動之際，協辦廠商從中削價牟利之可能性，創造讓劇團演員能安心從事創作、演出的健康環境，也展現了重視展演團隊及文化價值的一面。

第參部分、專家論壇

文創產業與我國資本市場 / 證券櫃檯買賣中心新創發展部 林家生 經理

【作者簡介】

作者現為現任財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心新創發展部經理，美國紐約市立大學財務碩士，過去曾先後歷任財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心交易部副理、財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心債券部副理、統一證券投資信託公司債券部協理及基金經理人、倍利證券公司債券部資深協理、統一證券公司債券部協理及交易室主管、統一證券公司營業部主管。

面對全球化競爭與中國經濟崛起，政府也積極找尋下一波支撐臺灣經濟的新興產業。而文創產業具有高附加價值及周邊產業帶動效應，近年來成為我國關注的焦點產業，櫃買中心則扮演為協助文創產業發展提供資金平台的關鍵角色。

一、我國文創產業現況

（一）內需市場規模小，人才外流

臺灣人口少，內需市場也小，相較之下大陸市場龐大，並以其雄厚財力積極投資文化軟硬體建設、延攬國外人才，臺灣首當其衝的面臨人才外流之問題，尤以臺灣以往在華人市場頗具競爭優勢的影視音產業為例，大陸大手筆製作綜藝節目、戲劇及電影，即使得臺灣許多戲劇及電影人才大量西進。

（二）文創企業規模小，國際市場及品牌開發能力弱

根據文化部 2014 年臺灣文化創意產業發展年報資料顯示，我國 2013 年文創產業廠商家數約 6.2 萬家，其中資本額在 5,000 萬以下共計 6.1 萬家，占整體文創廠商家數 98%，而且其中資本額為 500 萬以下計約 5.3 萬家，占總家數 86%。上述數據顯示出國內規模小的文創企業家數眾多，面對產品研發、品牌發展及國際拓銷，都需要更多的資金及經驗，實為文創業者面臨之一大課題。

（三）資金取得困難

臺灣文創產業以往習於由政府採「補助方式」協助，讓文創業者可以直接受惠政府各項資源。惟政府及公部門資源有限，需要補助的文創家數眾多，終究大多數的文創業

者還是必須依靠自己的力量向銀行融資或吸引創投資金，惟這些資金管道仍有其先天上的限制，對於需要深耕前期研發設計，短期無法獲利的文創業者是一大困難。

(四) 缺乏整合、行銷與管理人才

文創企業規模小，創業家一人身兼數職，以及臺灣文創人才的教育養成向來缺少企業經營管理的元素，如何培育或尋找文創企業的企管、行銷專業經理人，成為許多成長階段文創企業的困難。

二、借重資本市場的協助將創意產業化

(一) 參考國際借重資本市場之經驗

進入資本市場雖不是產業發展的目標，卻是產業化的重要手段之一。借鏡國外文創產業發展過程中，除了過往發展快速的數位內容產業外，影視、音樂及媒體產業化程度亦高，且常見利用資本市場工具帶動產業發展並創造出產業巨擘，例如美國知名的影音公司 Sony Music、媒體公司時代華納、華特迪士尼、中國影視公司華誼兄弟、華策影視、韓國影音公司 SM 娛樂等等。反觀臺灣文化創意產業若能多多進入資本市場籌資並提高知名度，對產業整體提升應有相當之助益。

(二) 金管會及櫃買市場具體協助文化創意業之作法

爰櫃買市場新增「文化創意業」，透過誠品生活、霹靂及華研等指標性企業上(興)櫃創造領頭羊效應，已讓文創業者了解資本市場的好處。然而除了中大型具有領頭羊效應的指標性企業外，臺灣 98%的文創企業仍集中於資本額在 5,000 萬以下的微、小型企業，如何透過政策性地協助讓這些企業成長至「有能力」且「有需要」進入資本市場，成為近年來櫃買中心及政府單位努力的目標。

過去，微型、小型文創業者大多掌握研發知識核心，除了需要尋找出正確的市場及獲利模式外，尚需要透過產品量產或模式的快速複製，以求站穩腳步；而中、小型文創企業依據產業類型及核心技術，選擇不同的整合模式，逐步向創意源頭研發、商品化生產技術或行銷通路等產業上下游之垂直整合，或透過擴大產品線、跨區域進行水平整合，藉此拓增可利用資源之範圍，達規模經濟以降低成本，或降低營收不穩定性或市場難以預測之風險，俾利提升收益及競爭門檻；甚至穩定成長階段的文創企業也可能進一步採取多角化的經營策略，擴大事業版圖。而上述所有階段的文創企業均會面臨不同程度的資金需求。

為提供文創企業資金面的協助，消弭微型小型文創企業受限於規模太小、資源不足而難以進入資本市場的鴻溝，金管會於 2014 年「金融文創元年」，大力推動「金融挺創意」方案，就間接金融面向鼓勵銀行放款、協調中小企業信用保證基金提高保證成數、委請臺灣金融資產服務公司加入提供無形資產鑑價服務，在投資面向放寬保險業、金融控股公司之創投公司投資，以及委由櫃買中心設置「創櫃板」及「創意集資資訊揭露專

區」提供文創企業的直接金融管道，希望多元化籌資管道能提供企業資金奧援，累積足夠動能，才能匯集足夠資源、人才與技術，跨入下一階段的發展。

三、櫃買中心多層次市場如何協助文化創意產業化

為了扶植臺灣文創產業發展，自 2009 年起即積極推動文創企業進入資本市場，歷年來與文化部(文建會)、北市文化局、臺創中心、國藝會、創投公會、投信投顧公會及臺灣文創產業聯盟協會等單位多方接洽討論，並透過實地拜訪各地及各類的文創企業，並積極參與或舉辦文創產業進入資本市場的座談會或說明會，讓文創企業瞭解資本市場能帶給他們的協助。

(一) 建置「創意集資資訊揭露專區」扶植我國創意產業發展

文創產業發展需要國內健全的產業發展環境作支撐，有鑑於國外新興之群眾集資模式協助有創意但缺乏資金之社會大眾完成其創意或夢想，集資平台特別適合微型文創業者、工作室及個人提案，「創意集資資訊揭露專區」讓我國群眾創意集資網站上之創意提案多一曝光管道，提升創意集資網站知名度以利匯集群眾之力，讓創意業者圓夢。截至 2015 年 9 月 30 日止，「創意集資資訊揭露專區」已與兩家平台業者(群募貝果與創夢市集)簽約，群募貝果(WeBackers)及創夢市集(DIT Founding)兩集資平台上已有 71 件提案，其中 34 件提案已募集成功，吸引 3,893 人次熱情贊助，成功集資金額為 8,275 仟元。

(二) 「創櫃板」具籌資平台的功能並設有公設聯合輔導機制

資本額小的文創企業，礙於規模及成本因素，往往無法聘請傑出財務人才，倘要尋求證券承銷商、會計師等中介機構協助輔導建置相關制度，對其成本負擔可能甚鉅。並因制度未臻健全，人力不足等因素導致往往無法編製較可信之財務報表，造成引進投資機構資金不易、取得金融機構融資不易的困境，進而影響企業資金周轉能力。

因此櫃買中心創櫃板設計有登錄創櫃板前之「公設聯合輔導機制」，提供微型創新企業會計、內控、行銷及法制等輔導，並輔導公司建置簡易內部控制及會計制度以提高其財務透明度，且將公司治理的概念引入企業經營理念，逐步將原本多屬於家族企業、私人企業型態的微型及小型文創企業，透過輔導過程逐步了解制度建立及透明化能帶給企業的好處，強化其營運體質。截至 2015 年 9 月 30 日止共計吸引 30 家文創企業申請創櫃板輔導。

而完成輔導的企業，能夠登錄創櫃板並透過創櫃板的籌資平台向大眾籌資，以利節省公開發行成本，並獲得籌資成本低、知名度提升、吸引投資及擴大營運規模等好處。截至 2015 年 9 月 30 日止共計 14 家文創公司透過創櫃板籌資金額達 25,962 仟元，包含數位內容、白瓷工藝、觀光工廠、出版、整合行銷及電影製作等豐富多元的文創公司登錄創櫃板。

(三) 上(興)櫃市場新增「文化創意業」產業類別、「文化創意業」指數，形成特色產業聚落

櫃買中心向來對於扶植新創產業不遺餘力，譬如第一家進入臺灣資本市場的 IC 設計公司即是在櫃買中心掛牌，其後推動生技醫療產業進入資本市場，也成功讓生技醫療類股在櫃買市場形成群聚效應。而針對已上（興）櫃的文創企業，櫃買中心於 2014 年 1 月 6 日新增「文化創意業」，並同步推出「文化創意業指數」，將文化創意產業共計 15+1 類之公司納入，形成櫃買市場的特色產業聚落。且繼誠品生活、華研及霹靂等公司於文創類股掛牌，逐漸帶動國內業者透過資本市場資金協助公司發展的意願，設立初期 24 家上（興）櫃文創公司，增加至 2015 年 9 月底止共有 34 家文創公司掛牌(20 家上櫃公司及 14 家興櫃公司)，包含了工藝、圖書出版、廣播電視、創意生活、數位內容、流行音樂及文化內容等多元化之文創企業。如中廣、昇華、影一、華聯等影視音公司均是興櫃文創類股的生力軍。

表 3-1 文化創意產業上(興)櫃家數

產業別	2014 年 1 月 6 日	2014 年 12 月底	2015 年 9 月底
廣播電視/電影	2 家	5 家	6 家
數位內容	17 家	22 家	23 家
出版	1 家	1 家	1 家
創意生活	1 家	1 家	1 家
工藝	1 家	1 家	1 家
流行音樂及文化內容	2 家	2 家	2 家
總計	24 家	32 家	34 家

資料來源:櫃買中心整理

（四）文化部已制定「文化部受託提供係屬文化創新產業具市場性評估意見書作業要點」以作為申請上櫃的便捷機制

有鑑於文創企業具有前期投入成本大、醞釀期間長、市場難以預測等產業特性而難以進入資本市場，本中心前於 2012 年即與文化部研商解決方式，文化部亦已於 2014 年 7 月 16 日公告「文化部受託提供文化創意產業具市場性評估意見書作業要點」，未來文創事業短期尚未獲利，或成立未滿 2 年，惟產品或服務具未來市場性者，將得以比照「科技事業」公司申請上櫃的便捷機制。

四、櫃買中心文創產業現況及效益

文創類股為櫃買市場獨有的產業類別(目前證券交易所上市股票尚未設立文創類股)，櫃買市場自從新設文創產業類別後逐漸帶動群聚效應，成效如下：

（一）上櫃文創類股享有高股價淨值比及本益比

上櫃文化創意業與上櫃市場平均類股比較，享有高股價淨值比及本益比，以 2015 年 9 月為例，文創類股平均本益比為 52.7，較上櫃全部類股平均本益比 24.25 高出許多；

以股價淨值比而言，文創類股平均為 2.24 也較上櫃全部類股平均 1.84 高，顯現投資人願意給予文創類股高股價之認同。

(二) 於櫃買市場初次上櫃掛牌(IPO)及再募資(SPO)能力強

文創類股近期受惠於投資人認同及政策推動等因素，於初次上櫃掛牌募集資金均有很好表現，近三年文創類股透過櫃買市場進行初次上櫃掛牌現金增資募集總金額達 1,897,548 仟元，帶給文創企業豐富的資金動能以助其拓增事業版圖。

表 3-2 近三年度於櫃買市場初次上櫃掛牌募資金額彙總

股票代號	公司名稱	上櫃日期	現金增資發行 股數(股)	發行價格 (每股;元)	發行總額 (千元)
2926	誠生	2013/01/20	4,133,000	156	644,748
5278	尚凡	2013/06/04	1,200,000	164	196,800
8446	華研	2013/12/19	3,000,000	108	324,000
8450	霹靂	2014/10/07	4,880,000	150	732,000

資料來源:公開資訊觀測站

除了初次上櫃掛牌現金增資以外，臺灣資本市場特色之一即為再募資能力強，也成功讓許多優質企業透過資本市場的力量再度成長茁壯。數據顯示已上櫃之文創類股於 2015 年 1 月至 9 月期間，透過櫃買市場募集資金共計 13 億元。另外興櫃文創類股於 2015 年 1 月至 9 月期間共計募集資金共計 1.34 億元。

表 3-3 2015 年 1~9 月 上櫃文創類股透過櫃買市場募資統計表

新臺幣仟元

櫃買市場	公司名稱	股票代號	籌資工具	金額
上櫃	遊戲橘子	6180	可轉債(購置自用辦公大樓)	700,000
	霹靂	8450	可轉債(轉投資大陸)	600,000
	合計			1,300,000
興櫃	影一	8458	現金增資	80,000
	玩家	6473	現金增資	54,000
	合計			134,000

資料來源:櫃買中心整理

(三) 藉由櫃買市場資源及資本市場資金協助，持續拓展事業規模

觀察誠生、華研及霹靂等指標性文創公司，自興櫃登錄當年度營業收入至去(2014)年度止，合併營收均有成長。

表 3-4 特色文創企業興櫃掛牌後合併營收成長情形

單位:新臺幣仟元

股票代號	公司名稱	興櫃登錄年 度	興櫃登錄年度合 併營收(註)	2014 年度 合併營收	成長率 (%)
2926	誠生	2012 年	2,981,764	3,509,075	18%
8446	華研	2012 年	659,892	960,379	46%
8450	霹靂	2013 年	574,936	654,664	14%

註:係採用 IFRS 後 2013 年度綜合損益表之同期比較數字

資料來源:公開資訊觀測站及櫃買中心整理

而以文化創意業類股整體而言，上櫃文創企業合計之合併營收自 2014 年度 38,064,649 仟元，亦較 2013 年度類股合計之合併營收 33,119,208 仟元增加 15%，成長十分顯著。

表 3-5 上櫃文創企業 2014 年度合併營收成長率前 10 名

單位:新臺幣仟元

排名	股票代 號	簡稱	2013 年度 合併營收	2014 年度 合併營收	成長率(%)
1	5263	智歲	333,559	829,511	149%
2	3662	樂陞	673,887	949,300	41%
3	5478	智冠	11,015,915	14,994,377	36%
4	8450	霹靂	574,936	654,664	14%
5	6111	大宇資	300,755	332,517	11%
6	6180	遊戲橘子	8,237,727	9,069,856	10%
7	3293	鈦象	1,535,965	1,646,271	7%
8	8923	時報	337,016	358,698	6%
9	2926	誠生	3,454,191	3,509,075	2%
10	3687	歐買尬	358,406	366,703	2%

資料來源:公開資訊觀測站及櫃買中心整理

五、結語

櫃買中心成立於 1994 年，向來以「經濟活力的推手，創新企業的搖籃」為服務宗旨，提供中小企業進入資本市場籌資的管道。以往櫃買市場也成功扶植 IC 設計、軟體設計、網路遊戲、生物科技等產業發展。近年來櫃買中心努力朝向文化創意產業進軍，期

能有培育更多有創意及發展潛力的文化創意企業，匯流技術、資金及人材並壯大我國文創產業規模，使文創產業接棒成為繼半導體及生技產業的下一波經濟轉型新契機。

第肆部分、國家專題

東京五輪的文化政策

2013 年 9 月，根據國際奧林匹克委員會(IOC : International Olympic Committee) 在國際奧林匹克會議上投票的結果，顯示東京確定將舉辦 2020 年的奧林匹克運動會。自此，日本政府便開始著手規劃能透過舉辦奧林匹克運動會的相關日本戰略。

其中在實現文化計畫方面，文化廳在 2014 年 12 月先行發佈「2020 年 Olympic · Paralympic 東京大會及未來文化政策」。在此資料中，曾提到 2012 年倫敦舉辦奧林匹克運動會時，所制定的文化計畫及成果。倫敦為了在 2012 年舉辦奧林匹克大會，便於 2008 年開始執行相關文化推廣計畫，如：1、舉辦世界莎士比亞節：由 37 個國家用各別國家語言，表演莎士比亞的劇本；2、River of Music：在英國 6 個場所，由奧林匹克參加國(204 個國家)表演其代表作品；3、Unlimited 專案：邀請 806 位殘疾藝術家參與文化活動(Event)；4、由兒童製作電影：教導 3.4 萬名兒童動畫的繪畫方法，並由這些兒童親自製作電影；5、吸引帽子設計：將英國具歷史的前衛帽子設計，雕刻在倫敦市內 21 處。

其文化計畫的成果為舉辦文化活動(Event)17 萬件(包含音樂、美術、文學、電影、展示會等)、藝術家參與人數 4 萬人(包含 6 千位年輕藝術家、8 百位殘疾藝術家)以及總參與人數約 4,340 萬人等。更重要的是根據倫敦相關人士的經驗顯示，奧林匹克運動會舉辦結束後，並非是真正的結束，其文化遺產(Legacy)才是最重要的。另，相關人士也表示藉由文化可以提升國家印象，奧林匹克運動會後，訪英人士也隨之增加；舉辦奧林匹克運動會時，與相關企業、經營者的合作夥伴關係也持續維持著。

在日本國內方面，因應東京即將在 2020 年舉辦奧林匹克運動會，公益財團法人東京 Olympic · Paralympic 競技大會組織委員會在 2015 年 2 月發佈「東京 2020 大會開催基本計畫」。在此計畫中，為了擴大奧林匹克大會的視野，將從「運動·健康」、「街區建設·持續可能性」、「文化·教育」、「經濟·科技」、「復興·全日本·傳達給世界」等五大領域來制定擴展視野的戰略。

其中在文化方面，為了在東京、日本的東京 2020 大會實現最好的文化計畫，將在世界萃取出能使用的文化要素，且大會將構思多樣化的計畫並予以執行。未來在 2020 年，將傳承日本與世界的文化。

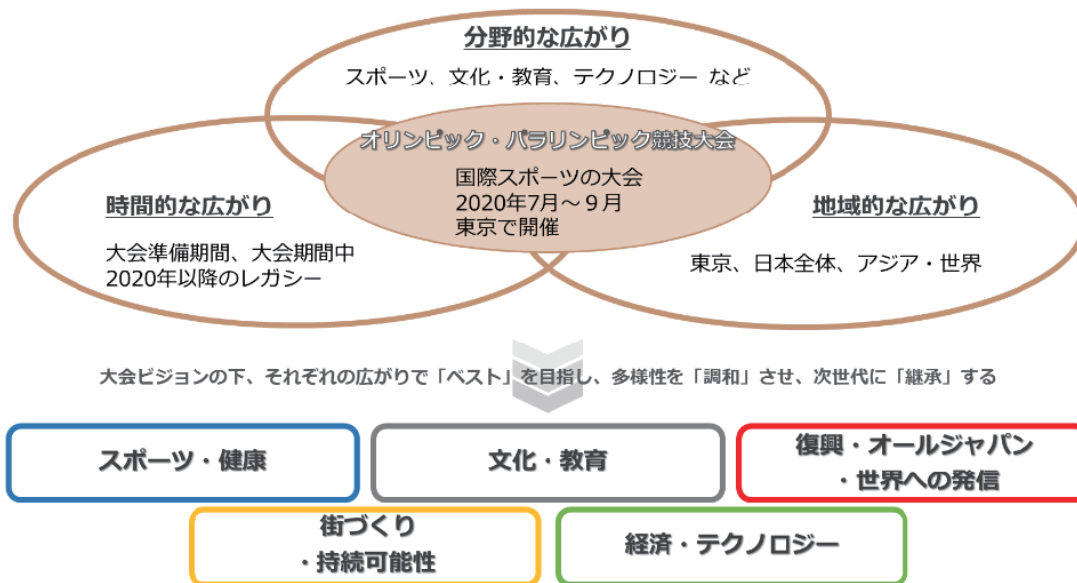


圖 4-1 擴大奧林匹克大會視野之構築圖

資料來源：公益財團法人東京 Olympic・Paralympic 競技大會組織委員會，「東京 2020 大會開催基本計畫」, P. 7.

目標：

1. 國內外多樣性的文化團體、藝術家一同展開最好的文化計畫。
2. 將多樣性文化計畫作為基礎交流戰略，在擴大民眾文化意識的同時，吸引民眾關注奧林匹克運動會、殘疾人奧林匹克運動會。
3. 支援國內外的年輕藝術家、殘疾藝術家等的文化交流，透過各式各樣的文化計畫，更加擴大多樣性文化、價值觀的共享。
4. 透過文化計畫來傳承 Paralympic Movement，以共享文化遺產來作為理想。
5. 為了實現文化相關遺產，策劃文化相關行動與將文化遺產計畫，並輔以各式各樣的相關實施工作。
6. 建議在 2020 年的奧林匹克運動會上，擴大奧林匹克運動會的非商業利用，未來將討論在東京 2020 大會上使用品牌的非商業利用文化計畫。

任務：

1. 奧林匹克大會前：
 - 決定文化計畫的對象規模、目標以及實行方式。

- 東京都、日本政府、民間團體以及其他團體等主要執行項目，將在奧林匹克運動會前舉行文化競賽(Olympiad)，並於運動會舉辦其間將與被認可的機構討論文化計畫。
- 策劃奧林匹克運動會前文化競賽(Olympiad)的概念。
- 討論文化計畫的 LOGO、行銷合作夥伴等相關事項。
- 策劃奧林匹克運動會前文化競賽(Olympiad)以及文化計畫的傳達(communication)戰略。
- 決定文化計畫相關的藝術家、團體，並構築其協力關係。
- 在奧林匹克運動會前啟動文化競賽(Olympiad)。
- 策劃奧林匹克運動會期間的文化計畫案。

2. 奧林匹克大會前、奧林匹克大會中：

- 文化計畫中，施行東京 2020 組織委員會的主要執行項目。

3. 奧林匹克大會中、奧林匹克大會後：

- 追蹤文化計畫的成果、評價。

基於日本長期發展以來，將「文化藝術立國」視為重要發展目標。因此，在確定取得 2019 年世界盃橄欖球賽以及 2020 年奧林匹克運動會的主辦單位資格後，日本文化廳便持續規劃推廣日本文化的計畫內容、時程，甚至於參考 2012 年英國倫敦舉辦奧林匹克運動會時，推廣文化觀光的經驗。對此，日本預計在 2016 年秋天開始在全國各地推廣各式各樣的文化計畫。

根據在 2015 年 7 月，日本文化廳發佈「文化計畫實施的基本構想」中，針對文化廳所推進「文化計劃」，將採三方針、七戰略的方式進行。

方針一：ALL JAPAN 跨領域的推進體制

戰略 1：與企業、團體的合作

推進與活用企業對文化藝術贊助活動的支援工作，並結合企業資金、人才、活用 know-how 以及地域活性化的各式各樣推進工作。

戰略 2：與地方公共團體、文化藝術團體、NPO 的共同合作

施行地方公共團體、文化藝術團體、NPO 的共同合作，並針對進行「文化計劃」(暫稱)的都道府縣等，設置「文化計劃」(暫稱)委員，以推進未來 art council(地方性)的設立。另，召開「全國文化藝術委員會會議」(暫稱)，以討論「文化計劃」(暫稱)的課題、資訊分享。

戰略 3：與組織委員會、相關省廳、國立文化設施在其他領域上共同合作

組織委員會、內閣官房東京 Olympic · Paralympic 運動大會推動部門以及相關省廳，透過與國立文化設施緊密的結合，以展開史上最大規模的計畫。另外，推進與教育、醫療、福利、製造、農林水產業以及觀光等各領域的結合，透過跨領域的結合，來推進 ALL JAPAN。

方針二：文化藝術的人才培育，確保新文化藝術的創造

戰略 4：大學、學生參與計畫

推進由大學教授、學生等籌備企劃、執行企劃。並留下該計畫的工作記錄、評估，以做為未來培養文化藝術人才的資料。另，將促進由產學金官共同合作，融合藝術、科學技術等來培養人才以及創新的改革。

戰略 5：支援新文化藝術的主力

實施、支援全國各地的文化工作，認定「文化藝術聯盟」(暫稱)。40 歲以前的青年來作為文化藝術的主力，期望能在日本全國、各地方積極的活動。最後藉由 art council(地方性)創造出雇用機會。

方針三：向國內外傳送文化藝術

戰略 6：全民參與

如同全民皆能參與文化藝術活動，來促進文化志願活動，其中包含社群媒體(含網路)的活用，以及加速舉辦全民參加型文化活動(如:workshop、研討會)。

戰略 7：向國內外傳送、吸引海外旅客

透過多語言應用的門戶網站，將討論日本各地文化藝術的工作，傳達給國內外的民眾。此外，促使世界各國的駐外單位、駐日大使館等與觀光廳等相關省廳共同合作，透過積極推廣日本文化，以吸引國外文化藝術相關人員與觀光客。

在總體實施計畫時程上，將圍繞三個主軸進行：

1. 2015 年將構築文化廳-文化計畫的形成體制，9 月時將開始設置團隊，並公開徵求「文化計畫」(暫稱)的名稱、LOGO 以及其他文化計畫的籌備，預計「文化計畫」(暫稱)將於 2016 年里約熱內盧奧運會結束後展開。
2. 2016 年秋季開始，文部科學省、產業界、地方公共團體等共同合作，預計將舉辦「運動·文化 World Forum」，使能給予文化計畫啟動(KickOFF)的機會。
3. 到 2020 年為止，將透過文化計畫的實施，持續在國內外傳達日本文化、藝術的魅力，並專心致力於全國各地的活動、專案的執行。

從而日本文化廳所提供的文化計畫推動時程(圖 2)來看，顯示文化廳 2015 年年中主要以制定「文化計畫」(暫稱)的基本架構、提出 2016 年度所需的預算為主，2015 年 9 月至 2016 年 7 月間，則開始公開募集「文化計畫」(暫稱)的正式名稱及 LOGO、討論

leading project 的實施綱要、文化藝術聯盟(暫稱)的認定、舉辦研討會、製作海報與宣傳品等以及籌備執行團隊工作室。至 2015 年 8 月~10 月間，便迎接里約熱內盧 Olympic · Paralympic 運動會與「運動 · 文化 · 全球」論壇。

在 2016 年 11 月則開始啟動「文化計劃」(暫稱)，直到 2021 年實現日本文化藝術立國的目標為止。在此計畫中，包含執行 leading project、推進地方公共團體與民間團體的共同合作、支援民間與地方公共團體的工作等。此外，文化廳也將同時進行文化藝術聯盟(暫稱)的活動、運用門戶網站以作為宣傳、團隊設置與活動的執行等。最終，迎接 2019 年世界盃橄欖球賽，以及最重要的 2020 年 Olympic · Paralympic 運動會，以實現文化藝術立國的目標。

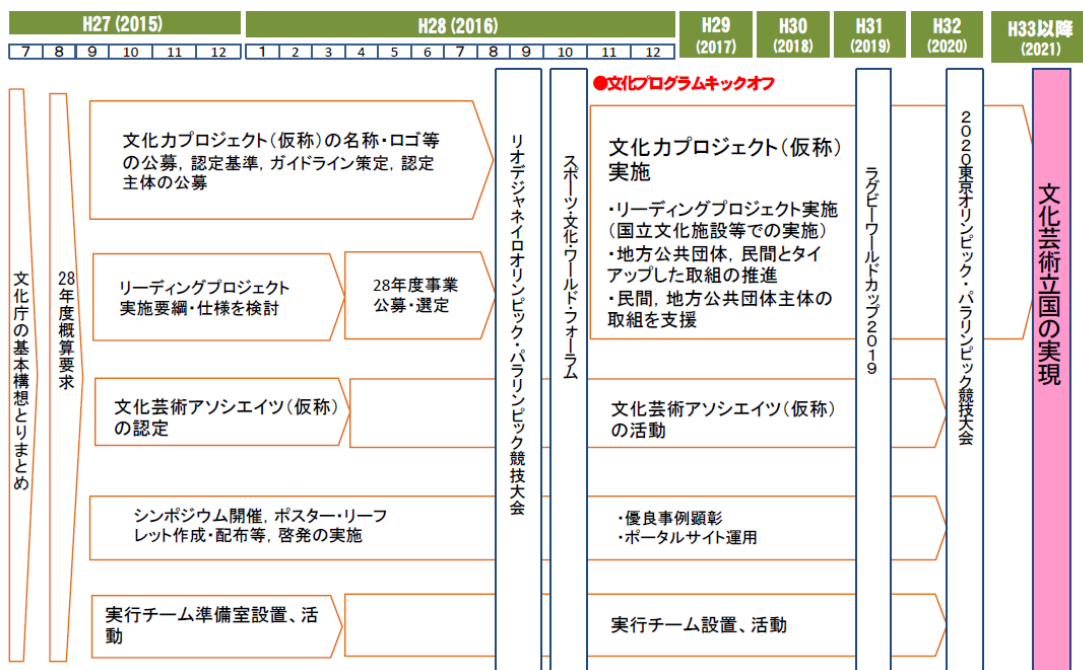


圖 4-2 奧林匹克運動會-文化計畫基本構想時程表

資料來源：文化廳，「基本構想の趣旨・戦略・スケジュールなどを概略図」, P.3.

根據上述文化廳所制定的六年文化推廣計畫，文化廳希望透過全國各地所實施的「文化計畫」(暫稱)，來達成 2020 年訪日旅客 2000 萬人的目標。另外，也希望文化活動(Event)能舉辦 20 萬件、藝術家參與人數 5 萬人以及總參與人數 5000 萬人的目標。

日本政府對於 2020 年能在東京舉辦 Olympic · Paralympic 運動會抱持著很大的期待，在經濟方面不僅可透過各項與奧林匹克運動會相關的建設活動，來促進經濟成長、投資金額增加；另外，更可藉由舉辦世界性的運動會，來吸引全世界的目光，形成主辦國對外宣傳其文化、觀光、科技技術最具效益的管道。

對此，台灣即將於 2017 年舉辦臺北世界大學運動會，或許可以借鏡日本舉辦奧林匹克運動會的構想。在舉辦臺北世界大學運動會的過程中，也偕同政府、民間企業的力

量，共同行銷台灣獨有的文化。更重要的是，日本政府在國際性活動的相關政策規劃上，較具有長期性的規劃以及多與民間企業、團體互動的特性，未來台灣在舉辦國際性活動時，若能參考日本經驗，勢必能更加有效推展台灣對外的行銷。

第五部分、重要國家文化產業情勢動態

一、日本

近兩個月(8/21-10/20)的日本文化產業情勢動態，主要聚焦於文化輸出、著作權保護、動漫畫產業、出版產業及遊戲產業等討論上。

在文化輸出方面政策,如農林水產省積極推廣日本和食文化海外輸出政策，根據農林水產省調查至 2015 年 7 月為止，海外日本料理餐廳約為 8.9 萬家，其分析原因為近年許多外國消費者對於和食文化越加喜愛，因此透過與日本當地農產品輸出組織合作，擴大與海外日本料理餐館合作計畫，推動日本本土農產品輸出。為實現此目標，將設立「日本美食與飲食文化傳播審查委員會」，藉以達到文化輸出的目的。

另外，藉由吉祥物、動漫人物或遊戲創作等所衍生的商機即稱為「可愛經濟」，如日本三麗鷗(Sanrio)最出名的角色 Hello Kitty、熊本縣官方吉祥物熊本熊(Kumamon)、及近期大受歡迎的蛋黃哥(Gudetama)等。由於其所塑造出可愛形象，跳脫以往對於商品「美」與「醜」的認定，廣泛的被大眾所接受。而根據「全球授權」雜誌統計，三麗鷗公司在 2014 年的授權營收達 65 億美元(折合新台幣 2,100 億元)，在全球排名第 6，其也成為日本文化輸出的主流形象。

在著作權保護方面，近期達成基本共識的跨太平洋夥伴協定(TPP)的概要在日前出爐，令日本動漫迷暫時鬆一口氣。在 TPP 的概要中除強調保護著作權外，有加列例外條款，對於不嚴重影響原創者收益的創作行為為例外情況，以此保護「角色扮演(cosplay)」等部分日本御宅文化。

目前日本法律對於著作權受損案件採取「親告罪」，也就是只有著作權所有者親自對侵權者提出訴訟時警方才可介入調查。然根據 TPP 協定中達成共識有關著作權侵害問題是已「非親告罪」為方向，如此一來無須原創者提出，警方即可對於侵權行為展開調查。因此實際上如何運用將取決於今後公布的日本國內法。

各產業動向部分，主要集中在出版、動漫、遊戲等產業。動漫產業方面，第四屆日本京都國際動漫節(京 MAF)於 9 月開幕，京都市政府希望能將京都傳統產業與動漫元素結合，藉此傳達到全世界。

在出版產業部分，近期日本四大出版業者 KADOKAWA、講談社、集英社及小學館，與販售動漫相關商品的大型連鎖店「安利美特(Animate)」宣布，將於泰國曼谷成立當地法人，販售由 4 家出版社所發行的漫畫、輕小說等專賣店，藉由這項合作能擊退泰國當地盜版情形。另外日本知名作家村上春樹在 9 月發行新書，出版商打破常規將其新書 9 成數量透過實體書店發售，藉以吸引顧客前往實體書店購買，以此對抗網路書店。

在遊戲產業部分，東京電玩展在 9 月盛大開幕，由於智慧型手機普及帶動全球遊戲產業規模擴大，依據 App Annie2015 年 7 月資料顯示，日本是手遊營收第一大市場(臺灣排名第 6)，吸引 SEGA、索尼電腦娛樂(Sony Computer Entertainment)等遊戲大廠參展。此外，根據遊戲市場研究機構 NewZoo 統計顯示，2015 年全球遊戲市場規模預估可達 915 億美元，其中日本產值預計可達 123 億美金，整體遊戲產業商機無限。

表 5-1 日本文化產業情勢動態(08/21-10/20)

標題	來源	日期	中文標題
觀點投書：把握產業轉型契機，加速全球都更意見整合	風傳媒	2015/8/25	觀點投書：把握產業轉型契機，加速全球都更意見整合
日本農業六級化 創新分享座談會	大紀元	2015/8/25	日本農業六級化 創新分享座談會
前 SE 製作人安藤武博：手遊不會無止境發展下去	魔方網	2015/8/25	前 SE 製作人安藤武博：手遊不會無止境發展下去
小丸子在兩岸開展會有啥不一樣	日經中文網	2015/8/28	小丸子在兩岸開展會有啥不一樣
海外の日本食レストラン 農産物輸出で連携 こだわり店 組織化 農水省、来月検討委設置 (2015/8/31)	日本農業新聞	2015/8/31	日本農林水産省促使海外的日本料理餐廳與日本當地農産輸出業者合作
消滅盜版動漫 4 大出版社泰國成立新公司	MSN 新聞	2015/9/2	消滅盜版動漫 4 大出版社泰國成立新公司
熊本熊+船梨精 吉祥物們為海嘯防災宣傳	朝日新聞中文網	2015/9/8	熊本熊+船梨精 吉祥物們為海嘯防災宣傳
村上春樹新書上市 九成在實體書店販售	蘋果日報	2015/9/10	村上春樹新書上市 九成在實體書店販售
村上春樹新書日本罕見渠道上市	日經中文網	2015/09/11	村上春樹新書日本罕見渠道上市
凱蒂貓、皮卡丘…日本「可愛經濟」全球吸金	聯合新聞網	2015/9/12	凱蒂貓、皮卡丘…日本「可愛經濟」全球吸金
日本動漫產業成功的秘訣	南方網	2015/9/15	日本動漫產業成功的秘訣
他山之石：日本食品產業開拓海外市場的戰略	自由時報	2015/9/18	他山之石：日本食品產業開拓海外市場的戰略
直擊！京都動漫節開幕 與傳統尬出火花	自由時報	2015/9/20	直擊！京都動漫節開幕 與傳統尬出火花
手遊商機夯 國際大廠競逐東京電玩展	蕃新聞	2015/09/20	手遊商機夯 國際大廠競逐東京電玩展
日本宅女愛「痛包」	日經中文網	2015/9/25	日本宅女愛「痛包」
TPP 著作權合意を受けて	BLOGO	2015/10/7	對應 TPP 下的著作權
TPP 不影響「角色扮演」？	日經中文網	2015/10/12	TPP 不影響「角色扮演」？

標題	來源	日期	中文標題
日本出版業擺脫不了村上春樹	日經中文網	2015/10/13	日本出版業擺脫不了村上春樹
Kindle 抜いたドイツの電子書籍書店大手が吳越同舟	朝日新聞	2015/10/16	Kindle 追上德國電子書 龍頭書店吳岳同舟
日本傳統工藝品展示會在北京開幕	中国国際放送	2015/10/16	日本傳統工藝品展示會北京開幕
直木賞の東山さんに市長特別表彰 福岡・小郡市、20 年在住	大阪日日新聞	2015/10/17	直木賞得獎人東山先生獲市長特別表榮 定居福岡・小郡市 20 年
「可愛いにゴールなし」 女性雑誌、女子と共に生き方模索	朝日新聞	2015/10/18	可愛沒有目的！女性雜誌尋找和女性共生的方法
在餐桌上遊遍日本知名景點！宮島、富士山變身日本國民料理	風傳媒	2015/10/18	在餐桌上遊遍日本知名景點！宮島、富士山變身日本國民料理
江戸の妙技「木場の角乗」に歓声 大技「戻り駕籠乗り」も披露	産経 News	2015/10/18	江戸的妙技「木場角乘」秀出大招
ハロウィーン市場 1220 億円、バレンタインを圧倒 4 年で倍増…SNS が支える人気拡大	産経 News	2015/10/18	超越情人節！Halloween 商機 1220 億日幣 4 年來倍增…社群網站貢獻良多
大阪経済大が優勝 鬼太郎カップ 境港駅伝	大阪日日新聞	2015/10/19	大阪經濟大學優勝 境港站鬼太郎盃
もう手鏡はいらない？ お化粧、タブレットの「中の人」が遠隔アドバイス	産経 News	2015/10/19	不需要鏡子了！化妝諮詢交給平板「鏡中人」

二、韓國

近兩個月的韓國文化產業情勢動態仍持續聚焦在中韓合作的議題上，其他則包含韓國政府對於文化產業以及觀光產業的相關政策、韓國與其他各國的文化交流、各產業發展現況以及韓流相關消費者調查等內容。

首先在中韓合作的議題上，除持續針對中韓自由貿易協定(FTA)，包含醫療、文化、環境和金融等新興產業合作進行協商並取得成果，推動兩國文化產業發展等舉行會談之外，在文化各產業方面，包含影視音及動漫產業方面亦擴大合作內容，如中韓合作舉辦名為「捕夢者」的藝人選秀比賽，並透過相關培訓機制，培養下一代明星。

另外在吉林長春舉行的 2015 中韓影視傳媒高峰論壇上，中韓雙方也針對電影產業方面的合作有進一步的共識，其主要在於希望透過雙方面在製作、資金等領域上的投入，共同塑造「東方潮」以突破西方好萊塢市場。動漫方面，由廣東省動漫協會與大韓貿易投資振興公社 (KOTRA) 聯合主辦的“2015 首屆中韓動漫促進洽談會”在廣州舉行，主要就未來雙方在動漫產業的合作上達到進一步的共識及討論。

除中韓合作之外，對於其他海外的地區，韓國政府及民間機構亦有所作為，舉例來說，看好韓國影視內容發展，美國主要影視業者，環球影視將投資韓國翻拍的中國電視劇《步步驚心》。此外，與法國交流部份，法國文化通訊部部長於 2015 年 10 月初與韓國文化體育觀光部長官會面，針對跨文化領域及文化融合等議題進行交流。與日本合作方面，尤以工藝產業最熱絡，2015 年 10 初，韓國工藝設計振興基金會與東京文化工藝產業簽訂合作備忘錄，未來將進一步針對工藝產業的活化、與商業合作建立一個系統性的機制。而在文化產業海外擴張方面，以蒙古為例，在蒙古 90 個電視頻道中，共有 90% 節目為韓國節目，說明韓國文化在蒙古的重要性。

此外，韓流的擴散也進一步影響海外人士到韓留學的比例，根據韓國教育部統計數據顯示，到韓留學的外籍學生共計 8 萬 4891 名，其中中國留學生共計 4 萬 8109 名，占比為 56.7%。若以到韓國留學之目的來看，除取得更好就業機會、升學機會之外，學習韓語也是主要目的之一，根據其教育部官員指出，韓流熱潮大大提高了韓國的國家形象，成為吸引外籍留學生人數增加的主要原因。另一方面，根據韓國駐韓大使館統計，中國大陸想到韓國留學的受訪者中，高達 80% 主要是受到韓劇影響，也顯示韓國文化的擴張對中國大陸所造成的影響之深遠。

表 5-2 韓國文化產業情勢動態(08/21~10/20)

標題	來源	日期	中文標題
韓劇轉型迎合中國市場：接軌海外提振韓國經濟	人民日報	2015/8/24	韓劇轉型迎合中國市場：接軌海外提振韓國經濟
최경환 "문화창조융합벨트를 구축, 문화산업 미래산업으로 키우겠다"	뉴시스	2015/8/26	韓國副總理 "建構文化融和帶，是提升文化未來發展性的關鍵"
中韓文娛產業：從「競爭者」向「合作者」轉型	新華網	2015/8/28	中韓文娛產業：從「競爭者」向「合作者」轉型
釜山國際喜劇藝術節開幕	韓國中央日報	2015/8/29	釜山國際喜劇藝術節開幕
韓國文化產業爆發式增長 並非一日之功	新民晚報	2015/8/30	韓國文化產業爆發式增長 並非一日之功
《東亞漫遊》首爾東大門設計廣場 (DDP)：不只文創、更重要的是連接過去的歷史與對未來的想像	自由時報	2015/9/2	《東亞漫遊》首爾東大門設計廣場 (DDP)：不只文創、更重要的是連接過去的歷史與對未來的想像
陸韓 FTA 盡早生效 雙方達共識	旺報	2015/9/4	陸韓 FTA 盡早生效 雙方達共識

標題	來源	日期	中文標題
中韓文化交流再加深「捕夢者」強勢出擊	中國新聞網	2015/9/14	中韓文化交流再加深「捕夢者」強勢出擊
韓媒：中國推出電影法助「華流」抗衡「韓流」	環球時報	2015/9/14	韓媒：中國推出電影法助「華流」抗衡「韓流」
2015 首屆中韓動漫促進洽談會在廣州舉行	南方網	2015/9/15	2015 首屆中韓動漫促進洽談會在廣州舉行
청강문화산업대학교, 재능과 감각 중심의 문화산업 인재 양성 적극	이투데이	2015/9/15	青江文化產業大學，積極培養文化產業人才
環球影視投資韓國翻拍《步步驚心》	韓國朝鮮日報	2015/9/15	環球影視投資韓國翻拍《步步驚心》
向紐約人誇耀隱藏至今的韓國之美	東亞日報	2015/9/16	向紐約人誇耀隱藏至今的韓國之美
中韓業界論影視合作：韓流、漢風攜手打造東方潮	中國新聞網	2015/9/16	中韓業界論影視合作：韓流、漢風攜手打造東方潮
蒙古 90 個電視頻道中 90% 播放韓國節目	韓國中央日報	2015/9/16	蒙古 90 個電視頻道中 90% 播放韓國節目
中央媒體研討會 世界傳媒巨頭匯聚一堂	韓國中央日報	2015/9/22	中央媒體研討會 世界傳媒巨頭匯聚一堂
전통문화 산업 접목 '우수문화상품' 지정제 내실화한다	매일경제	2015/9/23	結合傳統文化產業”優秀文化作品”使設計概念內化
朴槿惠訪問駐紐約韓國文化院 促進韓美文化交流	中國新聞網	2015/9/29	朴槿惠訪問駐紐約韓國文化院促進韓美文化交流
財政部下達 2015 年文化產業發展專項資金 50 億	北京新浪網	2015/10/3	財政部下達 2015 年文化產業發展專項資金 50 億
'충남 공예문화·산업 활성화' 맞손	a junews	2015/10/5	忠南工藝產業的活化
한-프랑스, 문화창조융합벨트 상호 교류한다	연합뉴스	2015/10/8	法國，跨文化的交流與文化融合的重要性
韓國獎勵旅遊 玩出在地文化特色	一零一傳媒	2015/10/10	韓國獎勵旅遊 玩出在地文化特色
在韓外籍留學生「57%來自中國」	韓國中央日報	2015/10/10	在韓外籍留學生「57%來自中國」
청주지역 문화산업 해외 진출 기반 마련	청주일보	2015/10/11	清洲文化產業海外機構備忘錄
阿里影業投資金秀賢主演電影	韓國朝鮮日報	2015/10/12	阿里影業投資金秀賢主演電影

標題	來源	日期	中文標題
《REAL》			《REAL》
想去韓國留學 多受韓劇影響	北京新浪網	2015/10/14	想去韓國留學 多受韓劇影響
美國將翻拍《浪漫滿屋》等 5 部 KBS 韓劇	韓國朝鮮日報	2015/10/19	美國將翻拍《浪漫滿屋》等 5 部 KBS 韓劇
阿拉伯人提到「韓國」 最先聯想到李敏鎬	韓國朝鮮日報	2015/10/20	阿拉伯人提到「韓國」 最先聯想到李敏鎬

三、中國大陸

最近兩個月 (08/21 ~ 10/20) 中國大陸文化產業的情勢動態，主要圍繞在文化產業變革及政策動態，以及出版、展演設施、視覺藝術、影視、動漫、遊戲等次產業動態與問題探索。

在文化產業變革及政策訊息動態方面，主要著重於運用網絡媒體發展趨勢，加速對文化產業之成長與傳播推廣，包括：(一) 國務院印發《關於推進線上線下互動加快商貿流通創新發軔轉型升級的意見》，積極推動文化產業發展離線商務模式 (O2O)，鼓勵旅遊景點與文化演藝業者提供網路訂票、網路訂位及門票配送等服務。(二) 公佈《中共中央關於繁榮發展社會主義文藝的意見》，提倡發表文學、音樂、戲劇、動漫與微電影等網路原創作品，以促進傳統與網路文藝創新性融合，並鼓勵運用網路創作傳播優秀作品。

在出版產業動態部分，相關報導與評論關注於網路文學已成為數位出版產業發展主力之一。據新聞出版管理部門科研機構統計，截至 2014 年底，共計 114 部網路小說授權影視出版，其 2015 年產值可望達 70 億元人民幣。另一方面，儘管當前網路文學之發展潛力與成長空間備受期待，然部份學者與業者認為該產業面臨定義不清、作品數量眾多而良莠不齊，抄襲模仿風氣盛行等諸多問題，亟待相關政府單位加以扶助與規範。

在展演設施產業動態訊息方面，國務院辦公廳印發《關於推進基層綜合性文化服務中心建設的指導意見》，試圖解決農村公共文化設施總量不足、基層公共文化設施功能不健全、管理規範與服務無效率等問題，期許藉由委託或招投標等方式，吸引具實力之社會組織與企業參與基層文化設施運營，加速整體文化產業健全發展，並實現城鄉均衡發之目標。

在視覺藝術產業動態方面，雅昌藝術市場監測中心發佈《2015 年春季中國藝術品拍賣市場調查報告》指出，截至 6 月 31 日止，2015 年春拍中國藝術品拍賣市場成交額為 244 億元人民幣，較去年同期下降 27.2%，成交量亦較去年同期下降 40%，近年交易數據大幅震盪引發市場恐慌憂慮，業內人士則認為當前中國大陸藝術交易市場進入理性調整期而無崩潰之虞。而與傳統拍賣走低趨勢形成鮮明對比的是網路拍賣比重大幅成長，《2014 年中國拍賣行業經營狀況分析及 2015 年展望》報告顯示，2014 年拍賣企業線

上成交金額約 150 億元人民幣，網路拍賣場次與標的上拍量較去年同期分別成長 43% 及 54%，藝術品電子商務應用已成為未來產業發展之重要趨勢。

影視產業方面，在電影產業部分，相關報導及評論主要聚焦於騰訊、阿里巴巴、樂視、愛奇藝等網路企業進軍影視產業後所引發之 IP (智慧財產權) 爭奪效應，並恐其進一步壓縮傳統影視企業之生存空間。在政策方面，近期國務院常務會議通過《中華人民共和國電影產業促進法 (草案)》，未來將進一步針對財政、稅收、金融與用地等項目制訂相關扶植措施，加強監督管理及規範產業秩序，促進電影市場穩定發展。

在動漫產業方面，近期活動包括廣東與江蘇分別舉辦第七屆中國國際影視動漫版權保護和貿易博覽會，以及第十二屆中國常州國際動漫藝術週。此外，據《動漫藍皮書：中國動漫產業發展報告 (2014)》統計，2014 年中國大陸動漫產業總產值逾 1,000 億元，與 2011 年相比成長 17.17%。此外，受惠於產業鏈建構漸趨完整與國家政策扶持，近年中國大陸動漫衍生品市場規模逐年增加，至 2014 年已達 380 億元人民幣。

遊戲產業方面，近期新聞焦點仍集中於手遊市場之發展，根據中國大陸遊戲產業報告，2015 年上半年中國大陸遊戲市場 (包括網路遊戲市場、移動遊戲市場、單機遊戲市場等) 實際銷售收入達到 605.1 億元人民幣，較去年同期成長 21.9%；其中移動遊戲實際銷售收入達 209.3 億元人民幣，較去年同期成長 67.2%。另一方面，相關報導指出，隨遊戲企業漸趨茁壯與市場競爭益趨激烈之態勢下，未來遊戲企業將加速朝國際市場發展。

表 5-3 中國大陸文化產業情勢動態(08/21~10/20)

標題	來源	日期
暴風科技獲文化產業十佳上市公司 董事長馮鑫向文化產業發出邀請	中國證券網	2015/8/21
太極拳發源地的產業振興之路：從走出去到引進來	新華網	2015/8/21
哈爾濱松北高新區萬達文化產業園迎全國網絡媒體考察	中新網黑龍江新聞	2015/8/21
揚州「中國創穀」：互聯網眾籌平臺+文化創意產業	科技日報	2015/8/22
我省公佈十大文化產業重點縣 (市、區)	浙江日報	2015/8/22
中國文化領域立法掛擋提速 目前文化立法層次低	法制日報	2015/8/22
2014 年西藏旅遊收入超過兩百億元	人民日報	2015/8/22
文化產業投資遠超其他行業 互聯網文產占比超 70%	網易財經	2015/8/23
第九屆中國茉莉花茶交易博覽會在廣西橫縣舉辦	北京新浪網	2015/8/23
東莞文化產業融合新成果獲點讚	東莞日報	2015/8/23
九寨溝演藝產業：宋城演藝如何攪動市場？	中國經濟網	2015/8/24
映秀東村：以文化旅遊為依託 實現震後產業轉型升級	中國經濟網	2015/8/24
中國鄭州—德國漢堡經貿文化交流活動啟動	河南文化產業網	2015/8/24
「更高、更廣、更新、更實」 第二屆安徽文化惠民消費季新亮	安徽文化惠民官網	2015/8/24

標題	來源	日期
點		
文化創意植入地域產業文化元素引領長春騰飛	吉林日報	2015/8/24
靈璧縣榮膺 2015「最美中國·智慧旅遊目的地城市」稱號	中安在線	2015/8/24
是重提動漫「中國學派」的時候了——中外動漫藝術大展研討會側記	中國文化報	2015/8/24
韓劇轉型迎合中國市場：接軌海外 提振韓國經濟	人民日報	2015/8/24
「文學+」：數字出版新趨勢	中國文化報	2015/8/24
中國（瀘陽）國際花炮文化節將首次運用「互聯網+」	中國新聞網	2015/8/24
工行 2200 億融資力挺文化產業發展	中國經濟網	2015/8/25
西陽榮登「2015 旅遊業最美中國榜」 產業再上新臺階	新華網重慶頻道	2015/8/25
中國大咖點評襄陽文旅產業 名博笑稱資源太奢侈	中國網	2015/8/25
龍翔九州振武興邦 中國麗江第三屆國際武術文化節下月舉行	雲南網	2015/8/25
文化商業要兼修 風情街要「風情」不要「一面」	廣州日報	2015/8/25
陶溪川：展現瓷都魅力 塑造特色文化	中新網江西新聞	2015/8/25
中國紀錄片產業發展論壇在京舉辦	新浪教育	2015/8/25
山東：抓好重點題材規劃創作 推動藝術創作繁榮發展	中國經濟網綜合	2015/8/25
工行 2200 億融資力挺文化產業發展	中國經濟網	2015/8/25
西陽榮登「2015 旅遊業最美中國榜」 產業再上新臺階	新華網重慶頻道	2015/8/25
中國大咖點評襄陽文旅產業 名博笑稱資源太奢侈	中國網	2015/8/25
龍翔九州振武興邦 中國麗江第三屆國際武術文化節下月舉行	雲南網	2015/8/25
文化商業要兼修 風情街要「風情」不要「一面」	廣州日報	2015/8/25
陶溪川：展現瓷都魅力 塑造特色文化	中新網江西新聞	2015/8/25
中國紀錄片產業發展論壇在京舉辦	新浪教育	2015/8/25
山東：抓好重點題材規劃創作 推動藝術創作繁榮發展	中國經濟網綜合	2015/8/25
CECF 馭馬文化節中國武漢站啟動 9 月 19 日秋開賽	搜狐體育	2015/8/26
嘉峪關市文化旅遊產業發展綜述	中國甘肅網-甘肅 經濟日報	2015/8/26
梁上燕：萬峰穀開啟旅遊文化產業新藍海	新浪	2015/8/26
CECF 馭馬文化節中國武漢站啟動 9 月 19 日秋開賽	搜狐體育	2015/8/26
嘉峪關市文化旅遊產業發展綜述	中國甘肅網-甘肅 經濟日報	2015/8/26
梁上燕：萬峰穀開啟旅遊文化產業新藍海	新浪	2015/8/26
文創園如何避免淪為「商業園」	工人日報	2015/8/26
為什麼三體需要拍成電影？中國科幻荒蕪需啟蒙	騰訊娛樂	2015/8/27
專家稱我國是茶葉生產大國仍需提升茶產業國際競爭力	新華網	2015/8/27
中國·南華野生菌文化產業發展研討會成功舉行	北京新浪網	2015/8/27

標題	來源	日期
第八屆中國宜興國際陶瓷文化藝術節 10 月開幕	新華網江蘇頻道	2015/8/27
首屆廣東(中山)文化創意博覽交易會明日開展	中山網	2015/8/27
大漠奇石放異彩 阿拉善將舉辦兩岸賞石文化交流展	中國新聞網	2015/8/27
為什麼三體需要拍成電影? 中國科幻荒蕪需啟蒙	騰訊娛樂	2015/8/27
專家稱我國是茶葉生產大國仍需提升茶產業國際競爭力	新華網	2015/8/27
中國·南華野生菌文化產業發展研討會成功舉行	北京新浪網	2015/8/27
第八屆中國宜興國際陶瓷文化藝術節 10 月開幕	新華網江蘇頻道	2015/8/27
首屆廣東(中山)文化創意博覽交易會明日開展	中山網	2015/8/27
大漠奇石放異彩 阿拉善將舉辦兩岸賞石文化交流展	中國新聞網	2015/8/27
瑞金何以入選國家歷史文化名城	中國文化報	2015/8/27
數字天中: 以數字化喚醒「天地之中」文化遺產	新華網	2015/8/27
「一帶一路」搭建文化交流新平臺	中國經濟網—《經濟日報》	2015/8/28
深圳文化創意產業要走品質型內涵式發展之路	深圳特區報	2015/8/28
業內: 看好電影、動漫等四行業投資前景	中國經濟網	2015/8/28
2015 中國文化產業新年論壇成都峰會即將舉辦	視覺同盟	2015/8/28
「一帶一路」搭建文化交流新平臺	中國經濟網—《經濟日報》	2015/8/28
深圳文化創意產業要走品質型內涵式發展之路	深圳特區報	2015/8/28
業內: 看好電影、動漫等四行業投資前景	中國經濟網	2015/8/28
2015 中國文化產業新年論壇成都峰會即將舉辦	視覺同盟	2015/8/28
文化創新讓中華文化走向世界	求是網	2015/8/28
雲南楚雄建內地首個彝藥文化園	文匯報	2015/8/28
中韓文娛產業: 從「競爭者」向「合作者」轉型	新華網	2015/8/28
「中國圖書專題展」亮相圖博會 助力中國出版「走出去」	中國經濟網	2015/8/28
中國傳媒大學專家調研雙峰文化產業發展	紅網	2015/8/28
山西運城市打造「古中國」旅遊產業品牌	河北新聞網	2015/8/28
雲南鼓勵農村婦女加入刺繡行業「在家賺錢」	中國青年報	2015/8/28
產業融合啟動哈爾濱經濟 推動產業提檔升級	中國經濟網—《經濟日報》	2015/8/29
休閒產業不能「好山好水好無聊」	中國文化報	2015/8/29
上半年北京文創產業收入近 5000 億	新京報	2015/8/29
為配套創新崗位 首期文化創意師培訓啟動	新華網	2015/8/30
以影視為突破口 紅安文化旅遊產業蓬勃發展	人民網-湖北頻道	2015/8/30
首屆中華健康節舉行 吳以嶺: 健康產業發展重在防病	人民網-健康衛生頻道	2015/8/30

標題	來源	日期
中國傳媒大學專家組來新化調研考察文化產業發展	紅網	2015/8/31
山東啟動文化產業轉型升級融合發展活動 張伯福提建議	鳳凰山東	2015/8/31
安徽合肥率先試點居民文化消費激勵政策	中國新聞網	2015/8/31
科技添翼旅遊為媒金融助力 黑龍江文化產業風生水起	黑龍江經濟報	2015/9/1
「雙創人才」馮中強：學會將中國文化注入設計創作之中	中國經濟網	2015/9/1
首屆中國（新會）古典傢俱文化博覽會倒計時	南方報網—南方日報	2015/9/1
「山寨文化」：中國企業創新路上的一道傷	創事紀	2015/9/1
互聯網金融聯姻文化產業 e租寶開啟「繆斯時代」	華訊財經	2015/9/1
中國作協推介多部抗戰題材文學作品	中國文化報	2015/9/1
奧園集團發力文化旅遊產業 聯手山水盛典「問禪」韶關	中國新聞網	2015/9/2
電影產業促進法漸行漸近 專家：具有里程碑意義	央廣網	2015/9/2
重慶榮昌打造百億「非遺」文化產業	光明日報	2015/9/2
北京國際圖書博覽會：讓中國書香飄向遠方	中國經濟網—《經濟日報》	2015/9/2
中國房地產業協會醫養健康產業聯盟啟動儀式	中國日報網	2015/9/3
劉延東與俄副總理共同出席俄羅斯研究中心揭牌儀式	中國網	2015/9/3
促進大資料發展行動綱要：推動產業創新發展	中國政府網	2015/9/5
朴槿惠談韓中合作：二人同心 其利斷金	文匯網	2015/9/5
河南體育產業風口待飛 產業集聚蓄勢待發	北京新浪網	2015/9/6
【專訪】朱琪：站在互聯網+的天空下「玩」文化產業	《青年企業家》雜誌	2015/9/6
國家文物局推進湘鄂黔做好「土司遺址」保護管理工作	中國經濟網綜合	2015/9/6
葉佑天：中國需要慢設計、慢動漫	中國經濟網	2015/9/6
專家學者論劍重慶文博會 「一帶一路」引領文創發展	華龍網	2015/9/7
文化產業促進法起草工作正式啟動	中國文化報	2015/9/7
夏季達沃斯論壇：機器人中國夢工廠成為年會議題	新華網	2015/9/7
關注：郵輪產業與海上絲路互促繁榮	企業觀察報	2015/9/7
四部門印發通知 引導廣場舞活動健康開展	中國經濟網	2015/9/7
西部文化企業來京"補"理念 作家梁曉聲領銜授課	中國經濟網	2015/9/7
美媒：中國影業欲借好萊塢走捷徑 文化差異影響合作	環球網	2015/9/7
湖北荊門推進中國農穀建設	中國產經新聞報	2015/9/7
浙江文創產業「握手」資本市場 共商「騰飛」之路	中國新聞網	2015/9/7
2015年國家藝術院團演出季開幕 百元以下低價票占50%	中國經濟網	2015/9/7
以「互聯網+」顛覆紅木產業	南方日報	2015/9/8
三亞借力「文博會」推動文化產業發展	中國產經新聞報	2015/9/8

標題	來源	日期
大漠湖城翰墨香——烏海市加快文化產業發展紀實	內蒙古新聞網-《內蒙古日報》	2015/9/8
中國「一帶一路」商業與文化金融綜合服務示範基地在滬啟動	中國新聞網	2015/9/8
杜家毫調研省文化廳：滿足群眾對文化的新期待新需求	華聲在線-湖南日報	2015/9/8
文創產業添彩中國—東北亞博覽會	中國文化報	2015/9/9
各方專家熱議中國清真產業走出去 實現跨越式發展	中國網	2015/9/9
中國—東盟辦稻作文化論壇 同尋「那」文化根源	中國新聞網	2015/9/9
國務院同意設立福州新區 要求做大做強文化產業	北京新浪網	2015/9/9
3 億元參股司馬彥文化 視覺中國進軍教育產業	上海證券報	2015/9/9
濰坊：濰城區借古揚今壯大文化產業	山東省文化廳	2015/9/9
拿起畫筆耕耘油彩世界 黎川農民油畫師撐起油畫產業	人民網-文化頻道	2015/9/9
中國（周村）旗袍文化節即將開幕	人民網	2015/9/9
中國孔子基金會「孔子學堂體驗館」暨「志願者培訓基地」揭牌	鳳凰山東	2015/9/9
東北文博會打造「智慧文化」 助推東北文化走向世界	中國新聞網	2015/9/10
GDP 增速倒數第二的山西「急」了 除了煤還要有文化	一財網	2015/9/10
從茅臺看中國酒業發展歷史	博聞天下	2015/9/10
香港「創意」登陸中國西部 兩地共話「雙贏」之道	中國新聞網	2015/9/10
多地政府搶灘佈局電競產業 千億元市場爭奪在即	中國經濟網	2015/9/10
營銷前置 《戰馬》試水演出產業鏈模式	北京商報	2015/9/10
第 3 屆中國餐飲產業博覽會在漢開幕 廚藝大咖齊聚「亮勺」	荊楚網	2015/9/10
「揚州 486」非遺集聚區建成 推非遺文化融入生活	中國新聞網	2015/9/10
上海：創意產業「園區」變「社區」	中國經濟網—《經濟日報》	2015/9/10
慎提不斷擴大免費提供公共文化服務的範圍	中國經濟網綜合	2015/9/10
阿裡體育成立就和 NBA 叫板 第一次把 NCAA 帶到中國	錢江晚報	2015/9/11
瀋陽經濟區文化產業一體化正式啟動	人民網-遼寧頻道	2015/9/11
2015 北京國際馬球賽下週開打 四國高手「揮桿」延慶	中國新聞網	2015/9/11
能否推動戲劇從作坊進入工業化？	北京新浪網	2015/9/11
中國西安絲路旅博會啟幕	人民網—人民日報海外版	2015/9/11
中國（貴州）首屆國際民族民間工藝品文化產品博覽會舉行	中國新聞網	2015/9/11
第十三屆中國國際網路文化博覽會將於 2016 年 1 月 7 日召開	北京新浪網	2015/9/11
西沐：非遺藝術品實物集成電子化交易是重要突破口	中國經濟網	2015/9/11
中國「天方圖」傳人在沙特籌建中國產業園區	中國新聞網	2015/9/11
曹曉寧：好的演藝產品要按照國際慣例走出去	中國經濟網	2015/9/11

標題	來源	日期
中國好字畫：帶你在字畫中翱翔	天下金融	2015/9/11
甘肅定西絲綢之路文化產業園開園 史前文物引關注	中國新聞網	2015/9/12
非遺國際論壇聚焦現代化進程中的非遺保護	中國經濟網	2015/9/12
官方為網路文藝「正名」 配套政策須引導產業迎利好	中國新聞網	2015/9/12
新絲綢之路上的重要支點	北京新浪網	2015/9/12
北京東城體育產業協會會長：搏擊促進全民健身	新浪體育	2015/9/12
「四手相握」將銅川打造成陝西智慧旅遊城市示範基地	銅川日報	2015/9/12
從「援藏」逐漸向「長期建藏」轉變	解放日報	2015/9/12
常德將文化旅遊作為戰略性新興產業培育	紅網	2015/9/12
【相約文博會 感知山西美】創意文化產業「風頭」正勁	山西日報	2015/9/12
魯煒：中國將推動設立中國—東盟資訊港建設基金	新華網	2015/9/13
湖北舉辦 2015 年「長三角」文化產業招商洽談會	中新網湖北	2015/9/13
「一帶一路」中國西部釀商機 港府西進力推文化合作	中國新聞網	2015/9/13
第三屆全國智力運動會棋牌文化博覽會開幕	中國新聞網	2015/9/13
中辦國辦：文化企業必須堅持把社會效益放在首位	新華網	2015/9/14
東盟成中國網路文化產業「走出去」重要合作夥伴	新華網	2015/9/14
2015 中國·五當召文化高峰論壇舉行	內蒙古晨報	2015/9/14
山水保利藝術節即將揭幕 文化獻禮致敬「最美中國」	新華房產	2015/9/14
海南出臺推進文化產業實施方案 促體育彩票等體育衍生品設計開發	中國證券網	2015/9/14
「中國文化發展指數」11 月在漢發佈 李肇星將出席	荊楚網	2015/9/14
中國健康養老旅遊文化產業園落戶宜興	現代快報	2015/9/14
北京房山產區第二屆波龍堡葡萄酒文化節開幕	中國新聞網	2015/9/14
「一帶一路」戰略政商項目模式梳理	新浪智庫	2015/9/14
中國·淮南設計裝飾文化園開園	中安在線	2015/9/14
新《廣告法》對動漫產業有何利好	中國文化報	2015/9/14
山西文博會簽約引資 182 億元 文化產業亟待復甦	中國新聞網	2015/9/15
《獅子王》導演羅伯·明可夫：中國動畫產業正在持續進步	新華網	2015/9/15
文化企業擔負文化傳承使命	北京新浪網	2015/9/15
相約葡萄城 中國·河西走廊第五屆有機葡萄美酒節開幕	新華網甘肅頻道	2015/9/15
臺灣文創企業入駐打造馬尾船政古街區	中國新聞網	2015/9/15
2015 中國北京國際藝術品交易展將舉辦	新浪收藏	2015/9/15
川、滇兩省 13 州市合力打造南絲路旅遊環線	新華網雲南頻道綜合	2015/9/15
湖北文化產業發展迎來最佳機遇期	長江商報	2015/9/15
第四屆河北省特博會 10 月 16 日開幕 600 餘家企業參展	中國日報網河北頻	2015/9/15

標題	來源	日期
	道	
第五屆中國灤河文化節暨「走進灤縣·攜手發展」招洽會在唐山灤縣舉行	央廣網	2015/9/16
李嘉珊：用文化傳承和貿易促進發展中國特色的文化	中國經濟網	2015/9/16
亞運花落杭城 專家稱軟硬體是最大優勢	中國新聞網	2015/9/16
重慶銅梁挖掘文化促旅遊產業發展 成為熱門旅遊地	華龍網	2015/9/16
文化體制改革新的里程碑——關於「雙效統一」指導意見的解讀	北京新浪網	2015/9/16
北京朝陽疏解非首都功能 重點發展金融等四產業	新京報	2015/9/16
張慶偉強調創新工藝水準 提升陶瓷產業發展	河北日報	2015/9/16
第十屆中國-東盟文化論壇在廣西南寧開幕	人民網-廣西頻道	2015/9/16
劉延東：中歐高級別人文交流對話機制碩果累累	中國新聞網	2015/9/16
河南重點文化產業項目「文化智匯港」昨在鄭啟動	大河網-大河報	2015/9/17
通用航空高峰論壇在河北舉行 聚焦通航創意文化產業	中國新聞網	2015/9/17
文藝繁榮，文化產業如何作為？	人民網-文化頻道	2015/9/17
2015 中國旅遊產業博覽會將於 9 月 18 日在津舉行	新華網	2015/9/17
中國連出新規力塑風清氣正文藝生態	新華社	2015/9/17
百家京津文化企業亮相河北第四屆特博會	中國新聞網	2015/9/17
蘭州將辦中秋文化美食節 在美食科技交融中品味傳統	中國新聞網	2015/9/17
第六屆中國長江三峽國際旅遊節暨第五屆中國宜昌長江鋼琴音樂節開幕	北京新浪網	2015/9/17
中國西藏旅遊文化國際博覽會將評選西藏最美景觀	央廣網	2015/9/17
第 24 屆中國金雞百花電影節在吉林市盛大啟幕	吉林市政府	2015/9/17
陳婉瑩答中評：香港文化產業仍有優勢	中評社	2015/9/18
中航工業 50 家愛飛客綜合體已佈局近半	中國證券網	2015/9/18
中韓青年夢享微電影展開幕 大廠影視產業再升級	中國新聞網	2015/9/18
中國傳媒大學攜手創新影像行業 共促視覺產業發展	中國新聞網	2015/9/18
科幻產業是個幻覺嗎？	北京青年報	2015/9/18
2015 江西服務外包產業城市發展高峰論壇在贛州開幕	人民網	2015/9/18
新疆兵團綠洲文化產業論壇舉辦 為絲路經濟帶建設凝聚力量	中國新聞網	2015/9/18
別用有色眼鏡看電子競技產業	光明日報	2015/9/18
龍門石窟成中國首個「互聯網+智慧景區」	光明網	2015/9/18
中國電影：好質量決定好市場	中國新聞出版廣電報	2015/9/18
微影時代進軍文化產業投資 陸川張一白群星祝賀	騰訊娛樂	2015/9/18
包河區打造最美文化盛宴	合肥在線-合肥日報	2015/9/18

標題	來源	日期
悠悠羌笛開創產業圖景	中國文化報	2015/9/18
內地首個國家文化產業創新實驗區已匯聚 1.8 萬企業	北京新浪網	2015/9/19
哈爾濱「中秋食品文化節」助推產業升級	中國新聞網	2015/9/19
中南大學「國家文化法制體系研究」獲國家立項支持	中國新聞網	2015/9/19
向西開放，新疆乘勢而上	人民網	2015/9/19
2015 北京國際馬球賽落幕 中國隊捧得「冠軍杯」	中國新聞網	2015/9/19
福州金魚產業園動工 位於南通鎮規劃面積 1600 畝	福州晚報	2015/9/19
「凜冬」將至？文化資本的應對之策	中國文化報	2015/9/19
中傳黨委書記：搭建一站式文創人才服務平臺	新京報	2015/9/19
京津冀文化產業發展聯盟將成立	京華日報	2015/9/20
尋稻源慶開鑿：中糧福臨門 2015 水稻開鑿文化節盛大開幕	新華財經	2015/9/20
文化產業給樓市帶來什麼影響？對比全國五大影視城看青島東方影都	青島新聞網房產	2015/9/20
華人文化產業投資基金攜手美國華納兄弟合資成立「旗艦影業」	美通社	2015/9/21
青海省文化產業驅動力指數位居全國第三	西海都市報	2015/9/21
IBF 中國戰略佈局啟動中國拳擊市場	人民網-體育頻道	2015/9/21
工信部副部長：傳承創新工業文化 推進「中國製造 2025」	北京新浪網	2015/9/21
劉延東出席中國優秀影視劇英國展播季開幕儀式	北京新浪網	2015/9/21
國產動漫進入「換擋期」 業內人士：需低幼定位	《瞭望》新聞週刊	2015/9/21
民博會：徐州文化產業發展的「加速度」	中國江蘇網	2015/9/21
甘肅推進文化旅遊產業交流 絲路掀起「中國熱」	央廣網	2015/9/21
福建晉江文化產業週啟動 對台文創合作元素凸顯	中國新聞網	2015/9/21
江蘇常熟：守住江南文化的根	中國新聞網	2015/9/21
世界級手工藝綜合體落戶上海	新民晚報	2015/9/21
揭陽貴雅天下 進軍河北建珠寶玉石文化產業園	揭陽日報	2015/9/21
工信部副部長：傳承創新工業文化 推進「中國製造 2025」	中國經濟網	2015/9/21
馬文化產業區綜合體項目落戶烏魯木齊	新疆網	2015/9/21
《小童貓》獲國際文化創意產業展「最佳創意獎」	多玩遊戲	2015/9/21
南山：科技強區「孵」出 6000 文化企業	南方日報	2015/9/22
14 年平遙國際攝影大展回顧	中新山西網	2015/9/22
水族「端節」開端 三都民族文化旅遊產業新升級	中國網	2015/9/22
「互聯網+」助蒙古族文化傳播	中國資訊產業網- 人民郵電報社	2015/9/22
通訊：相容並蓄 相得益彰——文化交流奏響中美關係華彩樂章	新華網	2015/9/23
陳杭：互聯網帶動文化傳媒進入新時代	中國經濟網	2015/9/23
向勇：文化創意產業要重視與當地文化的結合	中國經濟網	2015/9/23

標題	來源	日期
專訪宋慰祖：借力互聯網大數據 高效整合設計經濟產業鏈	中國經濟網	2015/9/23
成都萬達文化旅遊城開工 將成中國投資規模最大文旅項目	中國經濟網	2015/9/23
譜寫文化產業發展「五彩雲霞」	中國文化報	2015/9/23
省文化企業商會率省內外專家到臨江探討養老產業發展	中國吉林網	2015/9/23
王正茂：天水將打好文化旅遊深度融合牌	中國甘肅網	2015/9/23
遼寧法庫陶瓷產業深入實施「瓷文化」	中國產經新聞報	2015/9/23
世界你好美術館開館暨世界手工藝教育聯盟、手工藝產業博覽園簽約儀式在滬舉行	中新上海網	2015/9/23
浙江省重點文化產業園區 認定和管理辦法出臺	溫州日報甌網	2015/9/23
開封第 33 屆菊花文化節暨 2015 年中國收藏文化(開封)論壇新聞發布會今天舉行	新華網河南頻道	2015/9/23
施俊玲：文化部推動 PPP 模式希望創新政府文化投入方式	中國經濟網	2015/9/23
國產影視頻現「抄襲門」 文化產品抄襲緣何愈演愈烈	光明日報	2015/9/24
河南恐龍產業發展 借鑒國外嘗試拍攝商業化電影	大河網	2015/9/24
李修松：將「文化創意」運用於文化產業園區的構建	中國經濟網	2015/9/24
陳少峰：互聯網文化產業園未來要有專門的創業輔導公司	中國經濟網	2015/9/24
宜昌、臺灣共推文創產業發展	中國新聞網	2015/9/24
曹雨真：利用互聯網實現新型對外文化貿易的集聚平臺	中國經濟網	2015/9/24
涇河新城打造新型城鎮化名片 城鄉統籌全面發展	中國經濟網	2015/9/24
搭建好的平臺助推文化產業園的運營	中國經濟網	2015/9/24
陳敏爾：將茶產業發展進行到底 使茶文化成為貴州新優勢	貴州日報	2015/9/24
中國 3 億中等收入者的產業信號：科技、文化成香餽餽	北京商報	2015/9/25
中美文化交流迎來新階段	21 世紀經濟報導	2015/9/25
中國網路文學今年產值達 70 億 但啥是網路文學	澎湃新聞網(上海)	2015/9/25
專家學者河北定州縱論中山文化與旅遊產業發展	中國新聞網	2015/9/26
戲劇產業化環境還需共同孵化	中國文化報	2015/9/26
文化部雙創人才開啟京城創意之旅 聚焦北京國際設計週	中國經濟網	2015/9/26
中國(博山)琉璃文化藝術節：琉璃之鄉譜新篇	新華網山東頻道	2015/9/26
2015 第九屆中國·宋莊文化藝術節開幕	人民網-北京頻道	2015/9/26
一個好的藝術園區怎麼建？	中國文化報	2015/9/26
中影與美國電影協會簽署進口發行新協議 中美 WTO 電影問題協議將到期 進口片配額或取消	Mtime 時光網	2015/9/27
首屆中國(安溪)家居工藝文化博覽會 11 月 8 日-10 日舉辦	泉州網	2015/9/28
一帶一路帶動文化產業 西部民營美術館出路何在	上海證券報	2015/9/28
丁俊傑：文化才是城市最大的不動產	新華網	2015/9/28
「文化遺產保護與再設計利用」主題峰會舉行	人民網-文化頻道	2015/9/28

標題	來源	日期
鎮湖蘇繡：小銀針繡出大產業	中國經濟網	2015/9/28
依託大平臺擴大時裝週的影響力 是否行得通？	新華網	2015/9/28
創客運動勃興文化創意產業探索新盈利模式	上海證券報	2015/9/28
重建絲綢工業完整產業鏈 再現中國絲綢文化輝煌	國際在線	2015/9/28
中國動漫產業總產值突破千億	中證網-中國證券報	2015/9/29
第二屆中國西藏旅遊文化國際博覽會隆重開幕 帕巴拉·格列朗傑熱地出席	西藏日報	2015/9/29
習近平訪美帶來可口文化「大餐」 2015 中美文化交流大放異彩	中國青年網	2015/9/29
中國音樂劇橫跨美國東西海岸 傳播中華文化	北青網娛樂	2015/9/29
《阿詩瑪》火了 昆明下一文化名片是啥？	昆明日報	2015/9/29
2016 年「東亞文化之都」終審 寧波市當選	中國經濟網	2015/9/29
第四屆蘭花大會：北京展區展示名人蘭花品種	北京新浪網	2015/9/29
會展模式助推山西文化發展	山西新聞網	2015/9/29
40 多位紅學大家 10 月議紅樓 通州將打造「紅學文化之鄉」	中國新聞網	2015/9/29
王離湘：「文化+」貫穿雜技節始終	河北新聞網	2015/9/29
中國·石家莊第十屆動博會將開幕 精彩內容年年刷新	燕趙晚報	2015/9/29
梁海明：「一帶一路」下如何尋求文化共生	北京日報	2015/9/30
中國孔子研究院獲贈《開成石經》	新浪收藏	2015/9/30
王叢亞：民間公益藝術教育到底怎麼做？	中國經濟網	2015/9/30
山東：振興地方戲曲藝術 培養優秀後備人才	中國經濟網	2015/9/30
國務院鼓勵文化產業領域發展 O2O 模式	中國經濟網綜合	2015/9/30
中國廣告協會發起抵制奢靡消費文化廣告行為倡議書	鳳凰資訊	2015/9/30
鄧方華：由心設計 返璞歸真	中國經濟網	2015/9/30
第三屆中國·楊柳青木版年畫節開幕	天津北方網	2015/9/30
國台辦談兩岸文博會：兩岸文化產業對接的重要平臺	中國新聞網	2015/9/30
中國民間文化之鄉和中國農耕文化博覽園揭牌儀式在壽光舉行	人民網	2015/9/30
浙江慈溪著力培育越窯青瓷文化產業	新華網浙江頻道	2015/9/30
國內首個女性文化產業園將落戶湖南 助推女紅產業化	紅網	2015/10/1
四川渠縣：特色文化旅遊 互動群眾發展旅遊產業	人民網-四川頻道	2015/10/1
第十三屆民族民俗民間文化博覽會在滬開幕	中國新聞網	2015/10/1
合肥：城區一批老舊遺址改造為文化創意產業園區	中安在線	2015/10/2
文化動力讓牛河梁「牛」起來	北京新浪網	2015/10/2
中國財政部下達 2015 年文化產業發展專項資金 50 億	國際日報	2015/10/2
舞「文」弄「墨」 產業興園	中國經濟網—《經濟日報》	2015/10/2

標題	來源	日期
安徽民間博物館館長：民間收藏讓文化傳播更加多元化	中國新聞網	2015/10/4
社科院預測 10 年後最富 24 城：京滬成都前三 廣深落榜	南早中文網	2015/10/5
2015 第七屆中國西部動漫文化節閉幕 15 萬人次觀展 銷售額達 1.2 億元	華龍網-重慶日報	2015/10/5
叢立先：《跨太平洋夥伴關係協議》知識產權談判 對我國的影響及其應對策略	IP 知識論壇	2015/10/6
臺州大力培育文化產業主體	中國台州網-台州日報	2015/10/8
瀏陽河文化產業園「瀏陽河+」概念成就文化盛宴	星辰在線-長沙晚報	2015/10/8
人民日報：如何讓節慶更親民	人民網-人民日報	2015/10/8
香港同胞祈福黃大仙祖庭 同根同源傳承中華文化	中國新聞網	2015/10/8
財政部改進文化產業發展專項資金分配	光明日報	2015/10/9
寇北辰詳解「書家名墨」文化產業鏈模式	齊魯晚報	2015/10/9
「最醜蠟像」暴露文化產業發展瓶頸	紅網	2015/10/9
傳承年畫藝術 弘揚民族文化 繁榮文化產業	天津日報	2015/10/9
全面解讀三網融合推廣方案六大亮點	中國信息產業網	2015/10/9
加快新常態下新聞出版產業發展的思考	中國文化報	2015/10/9
開創繼承與創新的新業績：第七屆中國黃梅戲藝術節閉幕	安慶日報	2015/10/9
「品質西博 美麗杭州」17 屆中國杭州西湖國際博覽會	鳳凰網江蘇站	2015/10/10
中國湖南安化黑茶文化節將舉行	人民日報海外版	2015/10/10
文化創客：理想如何成為現實？	光明日報	2015/10/10
輝煌「十二五」：文化改革發展成就輝煌活力迸發	人民網-人民日報	2015/10/10
甘肅平川打造「西部陶都」 千年陶瓷借絲路遠航	中國新聞網	2015/10/10
中國「經濟巨人、文化侏儒」	德國之聲中文網	2015/10/10
首屆中國嵩山永泰素食文化節隆重舉行	鳳凰河南	2015/10/11
首屆「中國茶·海絲路」高峰論壇在安溪舉行	人民網	2015/10/11
華文聯盟電子商務平臺將上線助力中國文化更好「走出去」	中國新聞網	2015/10/11
大埔繪就「中國最美麗縣」畫卷	南方日報	2015/10/11
中國第 24 屆票證收藏交流會湖北鹹寧舉行	北京新浪網	2015/10/11
重走《亮劍》原型地 昔陽推出太行奇峰徒步線路	中國新聞網	2015/10/11
太倉科教新城：科技文化產業顯山露水	中國新聞網	2015/10/12
「文化+」開啟深圳模式	上海證券報	2015/10/12
首屆「敦煌」國際文化博覽會明年 8 月舉辦	文匯網	2015/10/12
弘揚「海絲文化」 引領潮汕經濟帶跨越發展	南方網	2015/10/12
郴州國際休閒旅遊節 28 日開幕 將推出《飛天·蘇仙》	鳳凰湖南	2015/10/12

標題	來源	日期
青島創新對口支援方式 助力產業造血	中國經濟網—《經濟日報》	2015/10/12
電影行業進入全產業鏈融合之路 版權仍待重點保護	中國產經新聞報	2015/10/12
2015 中國生態休閒產業論壇在武漢開幕	新華網	2015/10/12
中國旅遊業 如何彰顯人性化	星島日報	2015/10/12
西藏紀行：雪域特色文化助發展	中國經濟網—《經濟日報》	2015/10/13
李強：海島旅遊是中國旅遊產業的新藍海	北京新浪網	2015/10/13
中國華僑國際文化交流促進會第四次理事大會召開	新華網安徽頻道	2015/10/13
從「西學東漸」到「中西互鑒」 人文交流為中英關係增色	中國新聞網	2015/10/13
第三屆中國孫思邈中醫藥文化節銅川開幕	中國新聞網	2015/10/13
江門將創新爭創「中國華僑華人文化經濟實驗區」	南方都市報	2015/10/13
2015 中國（中山）國際遊戲遊藝博覽交易會 22 日召開	中山日報	2015/10/13
2015 首屆「中國傳統村落·黔東南峰會」新聞發布會在京舉行	人民網	2015/10/13
《華商論見》欄目組入駐國家文化產業創新實驗區	中國新聞網	2015/10/13
乳山臺依湖國際酒莊：引領中國式田園新生活	膠東在線	2015/10/13
全國首家數字攝影棚落戶象山 開啟影視文化新紀元	中國新聞網	2015/10/13
省委宣傳部調研城步文化旅遊產業發展工作	紅網	2015/10/13
青海 3D 唐卡問世 欲實現藏文化藝術虛擬傳播	中國新聞網	2015/10/13
廣西臨桂：公共文化服務助推農民畫產業發展	中國文化報	2015/10/13
第二屆福建省最具創意文化產品評選開啟「海絲元素」多	中國新聞網	2015/10/13
敦煌舉辦第四屆國際文化產業大會 與 25 國共謀合作發展	央廣網	2015/10/14
慶陽市特色文化產業發展紀實	中國甘肅網—甘肅日報	2015/10/14
中企攜手聯合國教科文支持全球非物質文化遺產保護	新華網	2015/10/14
十裡長街「長」出文化創意產業園	中國台州網—台州晚報	2015/10/14
大連服博會助推服裝產業再塑輝煌	大連日報	2015/10/14
汕頭華僑經濟文化合作試驗區打造 21 世紀海上絲綢之路重要門戶	金羊網	2015/10/14
黃橋樂器精品集中亮相 中國（上海）國際樂器展覽會	上海新聞網	2015/10/14
6 萬枚且末紅棗核拼貼油畫列入「大世界基尼斯」記錄	中國新聞網	2015/10/14
寧夏：小葡萄串起「紫色」產業帶	《經濟參考報》	2015/10/14
山西優秀新創舞臺劇 用一流團隊打造一流演出	中國經濟網	2015/10/14
彭清華：以習近平總書記重要講話精神為指標加快推進廣西民族文化強區建設	廣西日報	2015/10/14

標題	來源	日期
再造山西文化旅遊業發展新格局	山西日報	2015/10/14
大型紀錄片《中國夢·雲茶夢》在昆舉行開拍儀式	央廣網	2015/10/14
澄海玩具產業「大閱兵」 創新+走出去助力產業騰飛發展	金羊網	2015/10/14
淘寶特色中國荷澤館 闡述「互聯網+」地方特色	中國山東網	2015/10/14
獻給時代一份精彩	吉林日報	2015/10/15
2015 年法蘭克福書展開幕 精彩圖書呈現文化中國	國際在線專稿	2015/10/15
文化產業：中國經濟新亮點	光明日報	2015/10/15
首屆互聯網+中國傳統文化產業峰會在京舉行	國際在線	2015/10/15
第七屆中國（浙江）非物質文化遺產博覽會杭州開幕	央廣網	2015/10/15
發展特色文化產業助力精準扶貧	中國政府網	2015/10/15
杭州創意設計中心開園 兩岸熱聊文創產業交流合作	中國新聞網	2015/10/15
開啟中英關係的「黃金時代」	國際日報	2015/10/15
「中國博物館小鎮」國際化實踐：糅合抗戰文化和餐飲	中國青年報	2015/10/15
第十屆中國若羌樓蘭文化·紅棗節開幕	中國企業報導	2015/10/15
人民日報評明星綜藝：「唱念做打」不如耍寶賣萌	中國新聞網	2015/10/15
京津冀當代中國畫展將在天津舉行	天津日報	2015/10/15
90 後美女團隊宣告年輕文化創意產業時代到來	中華網財經	2015/10/15
第五屆中國農民歌會今日在滁州開幕	安徽商報	2015/10/15
第五屆中國（無錫）國際文化產業博覽會開幕	無錫日報	2015/10/16
第十一屆中國藝術節藝術火種採集儀式在延安舉行	陝西文化產業網	2015/10/16
經濟日報社長：用互聯網思維改造提升我國製造業	北京新浪網	2015/10/16
讓人們在遊山玩水中學養生	保健時報網站	2015/10/16
臺灣文創組團亮相中原文博會	中國新聞網	2015/10/16
海峽兩岸文博會月底廈門開幕 臺灣文創精品悉數亮相	央廣網	2015/10/16
「互聯網+」助力本土動漫釋放「中國元素」	新華網	2015/10/16
中國三峽柑橘博物館開館迎客	中國新聞網	2015/10/16
首屆柯橋時尚週華麗啟幕 深圳時尚驚豔江南	鳳凰時尚	2015/10/16
內地啟動文化消費試點 北京今年將發 2 萬張消費卡	中國新聞網	2015/10/16
「要賺錢更要培養文化」海南遊艇行業企業家欲打造遊艇文化王國	鳳凰海南	2015/10/16
琴繫申城 「中國鋼琴之鄉」來滬推廣鋼琴文化	東方網	2015/10/16
讓休閒文化博覽會講好「山西故事」	三晉都市報	2015/10/16
中國動漫發展的八大城市基地	河南文化產業網	2015/10/16
中國兒童旅遊市場正在發生變化 未來發展或可期	中國網之虞	2015/10/16
「文化+」無限大	河南日報	2015/10/16
敦煌文博會：打通壁壘 通過金融改革扶持文化產業	中國甘肅網-西部	2015/10/17

標題	來源	日期
	商報	
第四屆國際文化產業大會暨第八屆省文博會	甘肅省人民政府網站	2015/10/17
中國飲食和茶文化圖書展香飄休士頓	新華網	2015/10/17
外媒稱好萊塢電影入華障礙多：難迎合中國觀眾口味	參考消息網	2015/10/17
小微文化企業離資本還有多遠？	中國文化報	2015/10/17
國際動漫產業盛會蕪湖開幕 市民家門口觀看動漫大咖	鳳凰安徽	2015/10/17
上海國際藝術節交易會首日多個優秀專案簽約	新華網	2015/10/17
新聞審查有變？ 高層有人背黑鍋	多維新聞	2015/10/17
第五屆中國宜昌（夷陵）柑桔節開幕	三峽新聞網—三峽晚報	2015/10/17
浙江蓬萊仙島的「風箏效應」：一線牽引產業鏈	中國新聞網	2015/10/17
文化晉軍入京「突圍」 山西劇團吹響文化繁榮號角	中國新聞網	2015/10/17
文化裡掘金，金華古子城創意產業駛上快車道	中國台州網	2015/10/17
找準與韓國文化產業合作契合點	吉林日報	2015/10/17
甘肅福建民盟圍繞「一帶一路」文化和產業攜手探合作	中國新聞網	2015/10/18
「互聯網+」「文化+」雙加實驗室落戶臨沂	中國經濟網	2015/10/18
名坊園開園 濃縮版景德鎮打造手工製瓷新基地（圖）	鳳凰江西	2015/10/18
中國（雲浮）石展會暨大西關建設經貿活動開幕	北京新浪網	2015/10/18
中韓對話交流紀錄片成功經驗 促進合作發展	中國新聞網	2015/10/18
甘肅武威絲路博覽城項目啟動	中國新聞網	2015/10/18
學者熱議國家形象塑造：既要說更要做	中國新聞網	2015/10/18
劉漢俊冀港青多瞭解中華傳統文化	文匯網	2015/10/18
中國網球文化沉澱需要過程 賽事商業化需要適度	廣州日報	2015/10/18
朝陽喀左縣第四屆紫陶文化產品展銷會開幕	人民網-遼寧頻道	2015/10/18
中國網路劇異軍突起	新華網	2015/10/18
中國藏醫藥養生文化研討會在河北召開	人民網-健康衛生頻道	2015/10/19
第三屆中國（景芝）生態酒文化節在安丘開幕	新華網山東頻道	2015/10/19
中共中央關於繁榮發展社會主義文藝的意見	新華社	2015/10/19
國務院同意廣東惠州列為國家歷史文化名城 全國已 128 座	中國經濟網綜合	2015/10/19
廣西旗袍佳麗走紅中國旗袍舞臺	中新網廣西新聞	2015/10/19
中國燈都文化節 21 日古鎮亮燈	中山日報	2015/10/19
第二屆絲路電影節：讓光影連通絲路文化交流之途	光明日報	2015/10/19
農業部向社會推介 120 個中國最美休閒鄉村	農業部新聞辦公室	2015/10/19
重慶首家互聯網產業園開園 開放六大眾創空間	中國新聞網	2015/10/19

標題	來源	日期
「十三五」規劃將開啟新篇章 中國製造加速變「智造」	每日經濟新聞	2015/10/19
第六屆中國民間藝人節將開幕 200 多件作品角逐山花獎	中國新聞網	2015/10/19
敦煌與重慶大足共謀文化互助 兩地建交流合作平臺	中國新聞網	2015/10/19
靈山灣產業區：打造青島最具「文化範」產業園	鳳凰網青島	2015/10/19
中國食用菌產業百項成果將展示	科技日報	2015/10/20
晉商故里崛起文化「高地」——寫在全省文化產業發展晉中	山西經濟日報	2015/10/20
2015 中國（海南）國際自行車運動產業投資論壇	網易	2015/10/20
鄧純東：科學建構中國特色強國理論	人民網-人民日報	2015/10/20
2015 漢字文化創意產品展覽會開啟創意生活	大公網	2015/10/20
廣州傳統文化產業網售額占全國一成	南方網	2015/10/20
中國文化「走出去」的現狀與趨勢	東方早報	2015/10/20
中央力挺網路文藝發展 傳媒業迎發展機遇	上海證券報	2015/10/20
新絲路 新機遇 新征程——專家支招兵團文化產業發展	兵團日報	2015/10/20
中國印刷文博會創新合作模式 「印刷+」實現兩岸互動	溫州日報甌網	2015/10/20
長沙開福區推進瀏陽河文化旅遊產業帶建設	長沙晚報	2015/10/20
2015 刊博會聚焦期刊產業新融合新發展 齊續春宣佈開幕 王國生致辭	荊楚網	2015/9/19

四、英國

最近二個月(08/21~10/20)的英國創意產業情勢動態，主要集中在政府挹注電影、遊戲產業等發展的政策推動，以及電視廣播與音樂產業的產業新聞。

創意英國 (Creative England) 為刺激倫敦以外的城市發展創意產業群聚，提出 100 萬英鎊的創意城市成長計劃，用以支持英國其他城市的電影、電視、遊戲或數位媒體公司發展，成功提出計畫的組織或企業可獲得至少 25 萬英鎊的補助金，並可再提供貸款優惠、股權融資等相關協助其在當地初創公司的運作。

電影產業方面，英國政府提出更優渥的電影稅賦抵減政策，正式獲得歐盟委員會批准。符合於英國拍攝條件的影片，將製作成本的 2,000 萬可獲得 25% 稅賦減免，上限提高至 4,000 萬，超過的部分仍可享有 20% 的稅賦抵減，期望更進一步帶動英國電影產業持續成長。

廣播電視產業方面，由於英國政府考慮將英國廣播公司 (BBC) 部分民營化，因此學界與業界皆提出正反面等相關建議。不過，BBC 的營運並未因可能民營化而有所停擺，BBC 提出新的營運政策方針，為改善其因數位化面臨的挑戰，積極改變目前既有的商業模式，強調將打造個性化電台，結合英國音樂產業的優勢來改變廣播產業的發展；此外，

BBC 更進一步公告預計於明年在美國推出影音串流服務，此海外業務拓展預估能增加 3,000 萬英鎊的收入。

遊戲產業方面，為鼓勵英國業者持續發展新世代的電玩遊戲，英國政府預計未來四年內再投入約 400 萬英鎊於電玩遊戲雛型基金 (Video Games Prototype Fund)，提供英國新創遊戲公司或個人在開發遊戲原型階段時，2.5 萬英鎊的資金補助，至少數更可獲得 5 萬英鎊進入後續的開發，透過此挹注資金政策，期望能讓英國遊戲產業更快速成長。除此之外，英國政府與民間軟體業者合作推出創意產業之數位技術學程，主要目的為提升遊戲、動畫與特效產業的數位技術能量，將與英國四間大學合作；由此可見英國政府對於創意產業技能提升的重視。

音樂產業方面，由於目前線上音樂內容並不像電影或 DVD 有分級制度，而為防止孩童觀看不適當的線上音樂錄影帶 (如暴力、色情等)，英國文化媒體體育部與英國唱片公司，共同決定將去年九月推出的音樂分級試驗計畫正式落實實施，Youtube 與 Vevo 將於第一階段落實音樂錄影帶的分級。另外，英國音樂產業工會代表數十萬作詞作曲家或版權所有者，控告著名音樂串流網站 SoundCloud 侵權，提出串聯網站應合理支付音樂使用費的要求，認為版權使用費對作詞作曲家或版權所有者，甚至是整個音樂產業才能有正向的發展。

表 5-4 英國文化產業情勢動態(08/21~10/20)

標題	來源	日期
Chancellor grants further relief to film industry	economia	2015/8/21
British film industry tax breaks approved by Europe	Prolific North	2015/8/21
BBC TV chief: public doesn't want a 'market failure' corporation	the Guardian	2015/8/24
Digital skillsets needed to close creative industries' skills gap	Computer Weekly.com	2015/8/24
'More BBC cuts would result in tens of thousands of job losses', warns boss Tony Hall	Mirror	2015/8/25
It's official – YouTube to display age ratings on videos	ClickZ UK	2015/8/26
Music publishing group says it's suing SoundCloud over royalties	Los Angeles Times	2015/8/27
Training of leaders and managers has to be improved, says new report	Training Journal	2015/8/28
Ex-BBC chairman tells broadcaster to stop making their own TV shows and to pass radio stations on to private firms	MAIL ONLINE	2015/8/29
Fewer Women Employed In The UK Film Industry Since 2011	UK FILM INDUSTRY	2015/8/31
American TV giant Fox 21 takes lease on Welsh 'Valleywood' film studios	south wales evening post	2015/9/3

標題	來源	日期
Scotland Offers New \$2.7 Million Fund for Film & TV Productions	TVEUROPE.WS	2015/9/4
BBC director general set to make case for international expansion	the Guardian	2015/9/5
Scotland draws record income from TV and film shoots	heraldscotland	2015/9/6
BBC announce plans it will join forces with businesses and make "bigger and bolder" shows	Mirror	2015/9/6
BBC puts drama centre stage to boost UK creative industries	The Stage	2015/9/7
The next radio revolution	asia radio today	2015/9/8
BBC Streaming Service Not Licensed With 'Issues To Work Out'	music business worldwide	2015/9/9
Scottish Video Games Industry Dominated by Small Studios Focused on Mobile and Tablet Games Development	PR Newswire	2015/9/10
Free Liverpool training course could lead to a career in the film and TV industry	liver pool echo	2015/9/10
BBC teams with Google to develop kids' digital skills in the UK	the inquirer	2015/9/10
£1m fund for region's creative sector to launch at HOME	manchester evening news	2015/9/14
Creative start-ups outside London in line for £1m fund	uk.finance.yahoo	2015/9/14
Regional creative clusters get £1m support fund	Relocate Global	2015/9/15
Low pay to blame for lack of TV diversity, says Writers' Guild	the stage	2015/9/16
Rise of online TV will rock ITV and Sky, warns Viacom chief	telegraph	2015/9/16
BBC to launch online U.S. subscription service	reuters	2015/9/17
BBC To Launch Video Service In the U.S. Next Year	deadline	2015/9/17
Global Innovation Index 2015: Switzerland, UK, Sweden, Netherlands, USA Are Leaders	ein news	2015/9/17
中英高級別人文交流機制會議在倫敦舉行劉延東主持會議並致辭	中國日報網	2015/9/18
Place Partnership to help city's creative talent to flourish	the courier.co.uk	2015/9/19
ITV to get boost from cable fees	telegraph	2015/9/19
Open' BBC plans partnership seminars	broadcast	2015/9/23
Tony Hall Addresses Creative Industries Federation	TV EUROPE.ws	2015/9/24
Fairhead calls for support from creative industries	broadcast	2015/9/24
Hull welcomes creative apprenticeships for young people	arts professional	2015/9/25
Work starts on Plymouth Science Park's £7m business hub	western morning news	2015/9/27
Creative industries report reveals BAME employment gap in UK	tvb europe	2015/9/28

標題	來源	日期
EBU urges BBC independence	advanced-television	2015/10/1
UK Program Launched to Get More Women into Film Exhibition Management	indiewire	2015/10/8
The BBC's case for itself	politico	2015/10/8
The UK government is giving video game startups £4 million to help them build the next 'Tomb Raider' or 'Grand Theft Auto'	business insider	2015/10/11
£4m 'prototype fund' to boost UK games	wired.co.uk	2015/10/12
The Future of the BBC: the BBC as Market Shaper and Creator	lse	2015/10/14
John Whittingdale: Culture Secretary gives backing to music streaming service Electric Jukebox	independent	2015/10/14
London's creative industries provide more jobs than the financial services sector - GLA	city a.m.	2015/10/14
ACE launches scheme to partner 50 schools with arts organisations	the stage	2015/10/14
London creatives paid more than city's average hourly wage	de zeen	2015/10/15
Comment: The BBC is under threat because it is public sector and successful	left foot forward	2015/10/15
BFI opens £1m diversity fund, more UK funders adopt diversity rules	screen daily	2015/10/15
£200,000 to boost UK independent music companies' global reach	express and star	2015/10/16
British Film Industry opens £1m diversity fund	prolific north	2015/10/16
Music Exports Hit A Note With UK Government As More Labels And Songwriters Receive Funding Boost	mi2n	2015/10/17
Mayor acts on rescue plan to save London's music venues	london.gov.uk	2015/10/19

五、美國

近期(08/21~10/20)美國文化產業情勢動態主要集中在習近平訪美期間所引發關注的中美國際交流合作。其餘則包含網路商業模式的爭議及音樂人合理獲利之相關法案等產業訊息。

有關網路商業模式的一些爭議，包含近期紐約時報公布一項名為廣告真實成本的研究報告，揭露各大新聞網站的廣告量與編輯量之相對流量比率，其中波士頓郵報比率高達 3.85，是該份研究調查報告中廣告占比最高的新聞網站，其他知名新聞網站如 CNN 為 1.59，時代新聞雜誌比率則為 0.89。事實上，該項研究係為回應蘋果先前發布的新版

作業系統中，首度允許用戶在網頁瀏覽器中增加廣告攔截功能 app，該功能雖驗證了市場普遍需求，然背後涉及道德與利益衝突，也破壞網路生態平衡，因而選擇下架。

而在影音產業的網路商業模式爭議，則是美國唱片業協會(Recording Industry Association of America, RIAA)與美國電影協會(Motion Picture Association of America, MPAA)向美國政府舉報 57 個 BT 網站(BitTorrent, BT)，其中許多外掛程式網站、第三方服務提供商和網域註冊服務商都被點名，當局亦呼籲廣告商、付款處理系統及搜尋引擎廠商等減少對這些盜版網站的支援服務。

在音樂產業方面，美國唱片學院(The Recording Academy)舉辦相關協商會議，重新檢視公平競爭報酬法案(Fair Play Fair Pay Act of 2015)修正問題，吸引業界人士共襄盛舉，期盼促成法案通過對音樂人支付權利金及公平版稅機制之改革。該會議同一期間亦討論音樂製作人分配額法案(Allocation for Music Producers Act, AMP Act)的適用性，其法案內容主要是對數位版權重新發行時，分配予製作人、混音師及工程師之權利金及其分成模式之規範，此法案亦被視為對著作權法之補充法案。

在國際合作交流部分，近期中國電影集團與美國電影協會簽署了《分賬影片進口發行合作協議》，致力於電影產業之合作。而早在 2012 年時中美雙方簽訂的《中美雙方就解決 WTO 電影相關問題的諒解備忘錄》，其協議內容為逐步放寬進口片配額數量，協議後美方票房的分賬比例從原來的 13% 升至 25%，該份協議將在 2017 年到期，預示著未來美國面對中國的進口配額限制可能會進一步開放甚至取消。此外，中國華人文化產業投資基金與華納兄弟電影公司在香港合資成立電影製作和國際發行公司「旗艦影業」(Flagship Entertainment Group)，共同開發製作華語電影和英語電影，透過與華納兄弟的合作，將好萊塢創意研發經驗、製作發行體系及技術運營手段，與中國文化、人才、市場相結合。近年好萊塢持續關注中國市場，美國國家地理頻道和美國迪士尼公司分別與中國國務院新聞辦公室簽署合作協議，將在中國主題圖片展、製作播出中國紀錄片、節目製作、推廣中國博物館專題展覽以及製作迪士尼主題公園中國館環球銀幕電影等方面進行合作。

表 5-5 美國文化產業情勢動態(08/21~10/20)

標題	來源	日期
Our culture of deregulation	DesMoinesRegister.com	2015/8/23
How to Innovate in a Regulated Industry	OBSERVER	2015/8/26
遊戲玩家付費率對比：美國超中國 8 倍	新浪遊戲	2015/9/2
Cultivating urban entertainment	The Miami Times	2015/9/9
When We Fall Out of Love with Artists	hyperallergic	2015/9/10
Emily Browning Bashes Film Industry, Says Hollywood Makes Movies For White Me	Cinema Blend	2015/9/10
Why 'doing good' must inspire a new creative revolution	Marketing	2015/9/14

標題	來源	日期
Slowing Down to Speed Up -- How Successful Leaders Use Downtime to Enhance Creativity	HUFFington Post	2015/9/16
Advertising in the Classroom Makes Everyone Most Likely to Succeed	Huffington Post	2015/9/18
華人文化產業投資基金攜手美國華納兄弟合資成立「旗艦影業」	美通社	2015/9/21
Miami Area Muralists Rouse A New Reputation For An Industrial City	NPR	2015/9/26
中影與美國電影協會簽新協議 配額或取消	新浪網	2015/9/27
第二屆美中電影電視產業博覽會成功召開	新浪網	2015/9/30
'Citizen Kane' to 'Call of Duty': The rise of video games in universities	Engadget	2015/10/1
Ad blockers: the debate rages on	Diginomica	2015/10/2
RIAA and MPAA Report Notorious Piracy Sites To U.S. Government	TorrentFreak	2015/10/7
Blackburn, music creators push copyright issues	The Tennessean	2015/10/14
Art and its Empire	Jamaica Observer	2015/10/18
The Data on Drama	Harvard Magazine	2015/10/20

六、新加坡

最近兩個月 (08/21 ~ 10/20) 新加坡文化相關產業的情勢動態，在藝術界頗受歡迎的新加坡理工大學(Singapore Institute of Technology)的中央校區，未來周邊即將由 JTC 集團所開發的創意產業群聚所圍繞，未來雙邊的產學合作將更加緊密。根據康乃爾大學、 INSEAD 和世界智財權組織等機構所做的世界創新評比報告，新加坡排名第七，為亞洲國家中的首位，領先排名第 11 名的香港、第 14 名的韓國。

The Hub Singapore 近期宣佈將增加一個新的、約可容納 200 人的共同工作空間，以積極吸引國內外創新創意的新創事業團隊進駐。

亞洲廣告節 (Spikes Asia) 九月於新加坡舉行，本次參與成員代表擴增至 1,850 位，本次活動主要聚焦於創意人才培育及工作環境待遇等議題，例如關注到創意產業相對較缺乏女性從業人員的現象。

新加坡最大的年度常民文化展演活動 Singapore Toy, Games & Comic Convention (STGCC)於九月舉辦，該活動的規模已愈來愈擴大；自 2010 年舉辦時的 50 位展演者和 28,000 位參與者，成長至今年的來自 16 個國家的 240 位展演者和 45,000 位參與者。

新加坡包括建築設計、城市規劃、工業設計等領域的九大創意設計協會將參加十月舉辦的 2015 杭州文博會，赴中國大陸市場推廣新加坡的設計能力及產業。

第二屆新加坡媒體節 (Singapore Media Festival, SMF) 將於 11 月 26 日至 12 月 6 日舉行，預計包括電影業者、電視業者、數位內容創造者、影視名人、媒體專業人士等在內，將有超過 17,000 人參與；新加坡媒體節今年讓五大活動一起舉辦，包括新加坡國際電影節 (Singapore International Film Festival, SGIFF)、亞洲電視論壇及內容交易市場 (Asia TV Forum & Market, ATF)、新加坡影匯 (Screen Singapore, SS)、亞洲電視大獎 (Asian Television Awards)、Branded Ltd. 的 Digital Matters。從新加坡媒體節作為連結亞洲周邊及全球媒體產業的關鍵角度出發，新加坡國際電影節主席樂觀表示，他看見了亞洲電影的無限可能。而新加坡國際電影節也將放映一系列新加坡經典的電影作品。同樣與電影有關的近期動態是，新加坡電影周首次在中國大陸廣州舉辦，將新加坡製作的優秀電影作品推廣至廣東地區。

新加坡藝術市場發展正企圖挑戰香港的地位，新加坡的策略是致力於東南亞當代藝術的特色發展，包括國立新加坡美術館作為世界上第一個經營東南亞藝術的博物館，收藏了超過 8,000 件東南亞藝術作品。不過，近期新加坡藝術市場也出現一些負面的訊號。原本即將 11 月舉行的第二屆新加坡藝博會 (Singapore Art Fair) 宣佈取消，新加坡藝博會於 2014 年舉辦首屆，主要聚焦於中東、北非、東南亞的當代藝術作品；主辦單位並沒有說明取消原因。

而隨著新加坡國際型文化藝術活動舉辦的日益活躍，以及與歐美國家創意產業之間的交流日益密切，對於新加坡藝文之相關監管規範是否要與歐美國家進行接軌及修正也在輿論中出現討論。

表 5-6 新加坡文化產業情勢動態(08/21~10/20)

標題	來源	日期
Campus will be linked to creative industry cluster	The Straits Times	2015/8/24
The Hub Singapore launches hip new co-working space	e27	2015/8/25
Wiluan sees infinite possibilities in Asian film industry	CNBC	2015/8/27
Classics to Unspool At Singapore Festival Anniversary Edition	Variety	2015/9/1
新加坡電影週開幕 《新兵正傳》三部曲成焦點	21CN	2015/9/2
Second edition of Singapore Art Fair is scrapped	Art Newspaper	2015/9/2
Review: Boundaries open up in After Utopia at Singapore Art Museum	Sydney Morning Herald	2015/9/4
Regional Creative Concerns Take Centre Stage at Spikes Asia	ACN Newswire (press release)	2015/9/10
Spikes Asia 2015: 'Creative industry is lacking women'	Campaign India	2015/9/10
There's no culture like pop culture	THE BUSINESS	2015/9/11

標題	來源	日期
	TIMES	
2015 Spikes Asia Winners Revealed	Stockhouse	2015/9/11
Singapore 4As names Valerie Cheng chair of Creative Circle Awards	Mumbrella Asia	2015/9/15
Vdopia Introduces Native Video Ad Format "InView" In Singapore, Australia And India, Driving Mobile Video Ad Viewability	PR Newswire	2015/9/16
Singapore, HK lead Asia while India languishes in Global Innovation Index	DEALSTREETASIA	2015/9/18
SPIKES ASIA: A Platform for Creative Young Minds	The Daily Star	2015/9/23
Another side of Singapore	The National	2015/10/1
Singapore Media Festival to Feature New Focus on Digital Content	World Screen-	2015/10/3
Singapore Financing Program Boosts Southeast Asia Production	Variety	2015/10/4
Singapore Media Festival 2015 Returns with a Stronger Line-up for Global Media Players and the Public	PR Newswire (press release)	2015/10/5
Time to review arts regulation	AsiaOne	2015/10/8
Hour At The Museum: c.2015	The Straits Times	2015/10/8
新加坡設計「盛宴」首次亮相文博會	杭州網	2015/10/12
Iris Singapore hires James Honda-Pinder from TBWA\Media Arts Lab London as senior planner	Mumbrella Asia	2015/10/18
Award-winning director CheeK to join MediaCorp as chief content officer	TODAYonline	2015/10/19
26th S'pore International Film Festival back with focus on Asian independent cinema	TODAYonline	2015/10/20